メルマガ　バックナンバー

あなたの価値を１１倍高める

パワーブロガーへの道

青山　華子

【目次】

VOL.003 10
VOL.004 14
VOL.005 17
VOL.006 20
VOL.007 24
VOL.008 27
VOL.009 31
VOL.010 35
VOL.011 38
VOL.012 41
VOL.013 44
VOL.014 47
VOL.015 50
VOL.016 53
VOL.017 56
VOL.018 60
VOL.019 いいことも悪いこともやってくる 63
VOL.020 告知から数時間で満席に！？ 66
VOL.021 ブログ離れは進んでいるのか 70
VOL.022 ブログで集客するには 73
VOL.023 お客様はどこからやってくるのか 78
VOL.024 顧客心理をつかめる人は、集客できる 81
VOL.025 仕事を依頼する側がチェックしていることとは 85
VOL.026 こんな○○には仕事を頼まない 89
VOL.027 変わる参加者意識とブログ・ツイッターの効果 93
VOL.028 濃い読者ってどこまでをさすの！？ 96
VOL.029 出版で集客力はどう変わるのか！？ 100
VOL.030 メソッドを売るな効果を売れ 104
VOL.031 なぜお客様はあなたを選んだのか 108
VOL.032 チャンスは人に乗ってやってくる 112
VOL.033 集客できている人はやっているある習慣とは 116
VOL.034 田渕さんのブログに学ぶ【続・クリックの魔術師になる】方法 120
VOL.036 田渕さんのブログに学ぶ【巻き込み力】と有言実行する威力 123
VOL.037 田渕さんの「儲かるツイッター」に学ぶ集客の第一歩は 127
VOL.038 ブログでブランディングのその前に 132
VOL.039 新規のお客様を集めるには 136
VOL.040 オールヌードよりパンチラが気になる理由とは 140
VOL.041 目の前マーケティングで集客力を加速しよう 146
VOL.042 お客様の脳内ＳＥＯに勝ち残ろう！ 152
VOL.043 下手糞の上級者への道のりは、己が下手さを知りて一歩目 158
VOL.044 たった１枚の扉が売上を左右した「社長わがまま事件」に学ぶ配色と配置の重要さ 162
VOL.045 アクセスアップのその前に かなりの人ができていないこと 167
VOL.046 お客様像が見えれば好きな言葉も見える 飛びつきワードと地雷ワード 172
VOL.047 レストランでワインのウンチクを語る男性、あなたは好きですか？ 177
VOL.048 モテる人と売れる人の共通点は○○○を熟知していること 182
VOL.049 お客様はどこを見ているのか 熟知している人が売れる法則 187
VOL.050 成功はお客様との会話の中に ●●を変えて売上 20%以上アップの美容室 192
VOL.051 大盛りラーメンを作れ！ ロコミを広げたくなるネタを考える 197
VOL.052 自分 11 倍計画のゆくえを検証。ブログ、出版のブランディング効果は？ 202

VOL.053　たくさんの人に応援される人になるには！？.....207
VOL.054　青山華子です。2010 年終わりの日に。.....213
VOL.055　ブログ集客の 7 つの成功パターン タイプ別攻略法.....215
VOL.056　あなたが知りたいことを教えてください☆.....222
VOL.057　無名の人が早く有名になる方法？.....228
VOL.058　無名の人が早く認知度を上げるには、まず●●から.....234
VOL.059　あの有名人は無名の時にいったい何をやっていたのか.....242
VOL.060　もし自分が●●だったら 新幹線のおしぼり広告とターゲッティング.....249
VOL.061　有名な人がもういっぱいいるから無名の人は集客が難しい？.....255
VOL.062　占い師、セラピスト、カウンセラー、コーチ等の「相談業」を している人が陥りやすい危険な罠.....263
プロフィール.....271

VOL.002

↑あなたの価値を 11 倍高める
～パワーブロガーへの道～

★ブログじゃんじゃん　VOL.002

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。青山華子です。

メルマガを最近ご登録された方にはＮＯ2 が届いていなくて
申し訳ありません。ＮＯ2 を送ります。その後、今日発行の
ＮＯ3 も届きますが、ご了承ください。

解除ご希望の方は、一番最後に解除ＵＲＬがあります。

…―…目次―…―…―…―…―…―…―…―…―…―…―…――

★ ブログ開設　はじめの一歩でやったこと

★ 編集後記

…―…―…―…―…―…―…―…―…―…―…―…―…――

私が数年ぶりにブログを開設したのは、
２００８年の７月１９日です。

ビジネスブログとして書いている「ブログじゃんじゃん」
ではなく、「恋、ときどき占い」の方を先に書き始めました。

★恋、ときどき占い★
http://ameblo.jp/koi-tokidoki/

最初の日は、開設して「はじめまして」の記事を書いただけ。
http://ameblo.jp/koi-tokidoki/entry-10117966739.html

今手元にある資料を見ると、アメブロの解析では、

ＵＵ　　４７
ＰＶ　１７０
読者数　　０

総合順位　　３０１,４２４位
ジャンルランキング　４,４１２位
となっていました。これが開設時点での数字です。

解析の画像はこちら
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10267522155.html

＃今とちょっとランキングの評価基準が違うので、あくまで
参考にしてください。

このブログを書いて私が何をしたかったかというと、
新規事業として始めたＷＥＢ集客のためのＡＳＰ占い
コンテンツや恋愛コラムをセットで企業さんへ売りたかったんです。

それには、ブログがある程度人気が出ないと説得力がないなあ
と思いました。しかも、私が占いを始めてからまだ日が浅く
「青山華子」というビジネスネームは、知り合いにさえ知られて
いなかったので、もうちょっと認知度上げないとマズイって。

ブログの本を何冊か読んでみて、ブログで成功するには、
「100 記事 100 リンク」が鉄則だと書いてあったので、まずはそこから
やろうと思い、他のブログをいろいろ見てみました。

恋愛ジャンル、占いジャンルはもちろんのこと、ＯＬ系の日記や、
コーチやカウンセラー、セラピストのブログ・・・

私の想像以上に、ものすごくたくさんのブログであふれてました。

当然ですよね。恋愛なんてもっとも競争が激しくて誰もが狙いたい
テーマだろうし、占いもこのところのブームで人気が上がってます。

しかも、私には全然実績がない。他の人のブログを見ると、20 万人を
鑑定したとか、大手のポータルでコンテンツ配信中とか、本を何冊も
出している人とかがごろごろいるわけですよ。
昔から何十年もやっている人とまともに勝負したら勝てるわけがない。

じゃ、どうするの？やっぱりこのジャンルやめる？それとも実績出てから書くことにする？ん～でもそれじゃいつになるかわからない。他になんかいい方法ないの？

って考えました。

他の人が書いてないことで、私が書けるオリジナルの情報って何かないのかなあ？と思った時に、ふと思いついたんです。

そうだ、お客様とか知人関係の実例をどんどん紹介すればいい、って。

そうすれば、ねたに困ることもないし、リアリティがあるからきっと読んでくれる人もいるだろう。私は、初心者にもわかりやすいようにタロットカードや占いの説明と、診断結果をお伝えすればいい。

早速、知人やお客様にそのことを話すと、みなさん「匿名で、自分のことだってわからないように内容を少し変えてくれるならＯＫ」と快く承諾してくださったので、占いの事例を書いていくことにしました。

職業柄、男性経営者の方や、男性サラリーマンの方が、お客様に多かったので、男性の例も多く紹介しました。

たとえば、この記事「３高男の憂鬱」
http://ameblo.jp/koi-tokidoki/entry-10119970574.html

とにかく、私のコンセプトは「できるだけ第一次情報、オリジナルな情報を書くこと」

まずはこれでやってみることにしました。

次に考えたのは、どんな人に読んでもらいたいか？誰に向けて書くのか？

占いって言えばたいてい 10-20 代向けが多いけど、もうちょっと年代が上のしっかりした人がいいなあ。占いや恋愛どっぷり、って感じの人じゃなくてこんな人で、こんなこと考えていて・・・・と
私が考える理想の読者像を「ふせん」に書き出し、どんどんふくらませてみました。
読者は、恋愛や結婚や仕事に悩んでいる、ちょっと占い好きな女性。

ＯＬに大人気の唯川恵さんか山本文緒さんの小説を２冊以上読んでいる
ようなタイプで、恋愛コラムを読んだり、パワースポットへ行ったりするの
が大好きな人にしよう。そう、知人のＡちゃんみたいなタイプ。

そして、読む人は占いにはあまり詳しくないだろうから、専門的な
解説はやめて、占いを知らない男性でも読んで興味を持つような
わかりやすいものにしよう、って決めました。

それだけだと飽きられるので、ネット上にあふれている無料占いや
面白い占い、パワースポットの情報も紹介していくといいかも。

恋愛に悩む女性は、きれいになりたいって思っているはずだから、
たまにはビューティとかリラックスとか、美肌になれるお店の紹介とかも
いいかも。

あ、そういえば願いが叶う神社とかそんなのも流行っているな～。

なんて、発想だけはどんどん広がっていきました。

途中で書くことがなくならないか？と不安だったので、目次を
作ってタイトルをばばっと書き出してみたら、１００以上出てきたので
ちょっと安心し

「１００記事は、これでなんとかなるだろう。
後は、やってみてから考えよう」と思いました。

最初の時点でやろうと決めていたのは、以下のことです。

★先に面白い記事を書く（１００くらい）

↓

★次に読者を増やす

★そして全てやったことを記録していこう

今、読み返すと、文章は長いし、行間も少なくて読みにくくちょっと
ぎこちないんですが、書き始めた頃が一番占い記事が充実して
いましたね。日記的なことなんて全然書いてないですもん。

そして、次に考えたのは、ブログタイトルと説明文。そして
自分のニックネームです。

ここまで考えるのに、ブログをやろうと思い立ってからなんと
1 週間も過ぎていました。

最初の頃はひたすら妄想にふけっていました（笑）

つづく

■ここまでのまとめ

ビジネスを目的とするなら、
ブログを開設する前にコンセプトをじっくり考えることが重要

・ブログを開設する理由
・キャッシュポイントはどこか

・リサーチをしてみる（たくさんブログを見て参考にする）

・どんな読者に向けて書くのか決める
・どんなテーマ、切り口で書くのか決める

・方向性を決め、目次出しをしてみる
・オリジナリティを出せる部分はどこか考える

・ブログのテーマ、説明文を考える
（これについては次回、説明します）

==========

★編集後記

==========

先日、パワーブロガー3 人へ対談インタビューをしました。昨日、
音声の方はもう完成して、今、チェックしているところですが、
すごい面白い内容になってます。近々その記事も紹介しますね。

久しぶりに「ブログノート」を読み返してみたら、最初の頃の気持ちを
思いだして、とってもなつかしくなってしまいました。なんでも記録
しておくと、思いがけず後で役立つことってあるんですね。

こんなことをやって欲しい！という要望や質問などがありましたら
できるだけ応えていきたいと思いますので、お気軽に
質問やご意見をお寄せください。メールをお待ちしています。

（青山　華子）

◇お問い合わせ・ご意見・ご感想はこちら
magazine@l-pocket.com

発行人：　青山華子

ブログ：　http://ameblo.jp/aoyamahanako/

Copyright (C) 2009 青山華子　All rights reserved

VOL.003

↑あなたの価値を 11 倍高める
～パワーブロガーへの道～

★ブログじゃんじゃん　VOL.003

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。日に日に暴走ブロガー化している青山華子です。

前回の発行から間が空いてしまってすみません。
「長すぎる」というご指摘を受けましたので、横幅も調整してみました。

…―…目次―…―…―…―…―…―…―…―…―…―…――

★ ブログ開設　タイトルと説明文を決める

★ アメブロガー150 人が集まる大交流会

★ 編集後記

…―…―…―…―…―…―…―…―…―…―…――

前回のメルマガで、

「どんな読者に向けて書くのか決める」
「どんなテーマ、切り口で書くのか決める」

というところまで説明しました。

いよいよ次は「ブログタイトルと説明文」を考えます。
タイトルはブログの生命線みたいなもの。

人気ブログになれるかどうかは、タイトルとテーマで
ほぼ決まってしまうと言っても過言ではないくらい重要な項目です。

◆ブログタイトルを考える際は以下の３つの要素を意識しました。

1・インパクトがあり、好奇心をそそる

2・ＳＥＯ（検索エンジン対策）を意識したキーワードを含み、
検索エンジンに強い
3・読者のメリットを訴求し、一目見て何のブログなのかわかる

理想は、1 から 3 までを全て満たすこと。
これが全部できていたらパーフェクトなタイトルです。
でも、残念ながら「1」のインパクトと「2」のＳＥＯを
同時に満たすキーワードってなかなか見つけられない。

私の場合もそうでした。

「ブログじゃんじゃん」と違いこちらのブログは、
テーマが大衆受けするものなので、
できればいずれは検索エンジンからアクセスが増えるような
タイトルにしたいと思い、優先順位を 2→3→1 の順に決めました。

インパクトよりも、キーワード。
そして「一目見て何が書いてあるかわかるブログにする」

「恋愛と占いのブログ」ですから、
キーワードは、恋愛、恋、結婚、占い、悩み相談等が
ぱっと思いついたのですが、まず
「占いをメインにするか？それとも恋愛をメインにするか」で
かなり悩みました。

検索エンジンのクローラーは、冒頭にあるものから文字を読んでいくので
キーワードは、冒頭に入れる必要があります。

この時、英語などは検索されにくいので、
アルファベットではなく、日本語を使います。
たまにかっこいいと思ってフランス語などを入れる人がいますが、
これは問題外。

フランス語はめったに検索されません。日本語が鉄則です！
悩みに悩んで、結局「占い」要素よりも
「恋愛」要素を重要視することにしました。
その理由は、占いマニアがたくさんくるより、
恋愛で悩んでいる人に読んで欲しかったから。

恋愛で悩んでいる人は、たいてい占いにも興味があるので、
占いという言葉をわざわざ強調しなくても大丈夫だろうと。

恋愛と占い。
この２つについて書いてあることが一目見てわかるタイトルとは？
と考えると・・・・

恋愛＆占い・・・・恋と占い・・・・・・→「恋、ときどき占い」！！

これならいいかなと思うものがすんなり出てきました。
「ときどき」に含まれている「濁音」は
インパクトがあるって聞いていましたし、
４文字で省略できるタイトルがいいという説もある。
実際「恋とき」（これってどうなんだと思わなくもないですが・・・）って
勝手に呼ばれているんです、このブログ。

＃私がこのブログをかいている理由（長いです）も
良かったら読んでみてくださいね。
読者が 1000 人になった時に書きました。
http://ameblo.jp/koi-tokidoki/entry-10183037878.html

タイトルが決まったら次は説明文です。
ここでも「恋愛、結婚、仕事」というキーワードを入れようと
あらかじめ決めていました。

それは何故か？

私のところに占い相談に来る人の悩みのトップ３が、
恋愛、結婚、仕事の順で多いからです。
ちょっと抽象的でターゲットが広すぎるかな？と思ったんですが、
また後で変えればいいや、と思って以下のような説明文にしました。

～恋愛、結婚、仕事に悩む女性へ～

アンハッピーな恋はもうおしまい。愚痴ばっかりの毎日からは卒業。
幸せ力を高めるために、本当の自分に気づき、
迷いを消すヒントをお届けします。

次回へ続く

■ここまでのまとめ

ビジネスを目的とするなら、
ブログを開設する前にコンセプトをじっくり考えること！

・ブログのタイトルは、以下の３つが重要

1・インパクトがあり、好奇心をそそる

2・ＳＥＯ（検索エンジン対策）を意識したキーワードを含み、検索エンジンに強い

3・読者のメリットを訴求し、一目見て何のブログなのかわかる

・説明文では、タイトルで書ききれなかったことを補足する内容をいれます。タイトルと説明文を全て読んでも「いったい何が書いてあるか分からないブログ」はＮＧです。

次回は、ニックネームとキャラクターの設定について説明する予定です。

==========

★編集後記

==========

パワーブロガーに会いたい、交流会をやって欲しいという声が
多かったので思い切って 150 人の交流会を企画しました。
ブロガー仲間を増やしたい方は、ぜひこの機会にご参加くださいね。

こんなことをやって欲しい！という要望や質問などがありましたら
できるだけ応えていきたいと思いますので、お気軽に
質問やご意見をお寄せください。メールをお待ちしています。

（青山　華子）

※フッター略。

VOL.004

↑あなたの価値を 11 倍高める
～パワーブロガーへの道～

★┌┬┬┬┬┬┬┬┬┐
┃ブ┃ロ┃グ┃じ┃ゃ┃ん┃じ┃ゃ┃ん┃　VOL.004
└┴┴┴┴┴┴┴┴┘

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。ブログアドバイザーの青山華子です。

間違って改行してないメルマガを送ってしまいました。
前の分はお手数ですが、削除してください。

…―…目次―…―…―…―…―…―…―…―…―…――

★ ニックネームについて

★ 名刺×ブログで個人ブランディングを考える勉強会

★ 編集後記

…―…―…―…―…―…―…―…―…―…―…――

前回のメルマガで「ブログタイトルと説明文」について説明しました。

さて、次は「ニックネーム」を考えます。

多くの人がここでやってしまいがちなのが「hana★hana」とか
「snow29754」「はなちゃん＊＊」のような適当な名前をつけてしまうこと。

趣味のブログならＯＫなのですが、ビジネスでブログを書く場合
本名か本名に近い名前にするのが鉄則です。
そして必ず「日本語」を使うこと。

名前の前か後ろには職業がわかるものを入れましょう。ニックネームは
一目見て「何をしている人なのかがわかる」ことが重要なのです。

その理由は？とよく聞かれるので、例をあげてみました。

◆知らない人があなたのブログを見て興味を持った時、
次に見るのはたいてい名前、写真、プロフィールです。
名前が覚えにくいと一度で覚えてもらえません。
実際の人間関係と同じです。
かっこいいからといってフランス語や英語は厳禁！
15 歳でもわかるレベルが基本です。

◆「青山さんって何やっている人？」と誰かが
私の知人ブロガーに聞いたとしましょう。
たぶんその人は私のブログに書いてある肩書【ブログアドバイザー】
というのを見て「ブログアドバイザーやってるらしいよ」と
答えるはずです。

ここに何も書いていないと、
ある人は「ブログの先生」というかもしれませんし、
またある人は「イベントとか講師とかいろいろやってるらしいよ」と
答えるかもしれません。
肩書は統一した方が知らない人にも覚えられやすいです。

◆ペタ経由で来る人にも一発でどんな人かわかる方が有利！
「ペタ帳」をじっくり見たことがありますか？
ない人は http://peta.ameba.jp/p/showPeta.do を眺めてみてください。

名前だけの人、職業が書いてある人、写真がある人ない人、
いろいろいらっしゃいますよね。
一見してどんなことをやっているかわかる方が、
その人のブログをクリックしてみたくなりませんか？
少なくともわかりやすくてインパクトがあるニックネームだと
一度で覚えられやすいですよね。

「わかりやすい」

「記憶に残る（インパクトがある）」

「一度で覚えられる」

これは本当に大事です！！！
ここで記憶に残らなかったら次はない！と思って、
ニックネームを適当に決めた人は、もう一度練り直すことをオススメします。

ちなみに、私は何度かニックネームを変えています。
恋、ときどき占いの方のブログでは、最初は「青山☆華子」でしたが、
途中から「経営者向けタロット占い相談士@青山華子」

その後、何度か変えて「青山華子@癒し系占い相談士」で
落ち着いています。

「癒し系」という単語が私が狙っている想定読者から
一番反応がよかったので、このニックネームになりましたが、
またこの先反応を見ながら変えるかもしれません。

次回へ続く

■ここまでのまとめ

ビジネスを目的とするなら、ニックネームは「わかりやすさ」が命

日本語で誰が見ても誤解のないわかりやすさを心がける！

インパクトがある、印象に残るものならなおよし

→次回は、キャラクターの設定について説明する予定です。

==========

★編集後記

==========

7/24（金）アメブロガー大交流会に向けて着々と準備を進めています。
今週は、田渕さん、只石さん、みさきのゑさん、笠原さんとの打ち合わせも。
田渕さんに「森永さんの変装」をしてくださるよう本気でリクエスト
しようかとたくらみ中。果たしてＹＥＳと言ってくれるかどきどきです。

こんなことをやって欲しい！という要望や質問などがありましたら
できるだけ応えていきたいと思いますので、お気軽に
質問やご意見をお寄せください。メールをお待ちしています。

（青山　華子）　※フッター略。

VOL.005

↑あなたの価値を 11 倍高める
～パワーブロガーへの道～

★ブログじゃんじゃん　VOL.005

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。ブログアドバイザーの青山華子です。

前回のメルマガで「ニックネーム」について説明しました。
さて、次は「キャラクターの設定」を考えます。

…―…目次―…―…―…―…―…―…―…―…―…―…――

★ キャラクターの設定について（1）

★ 集客できるブログセミナー9/26（土）残り 2 名

★ 編集後記

…―…―…―…―…―…―…―…―…―…―…―…――

実は、キャラクターの設定とあなたの「ポジショニング」って
とっても大きい要素なのです。

人気が出るか出ないかは、かなりこの２つの要素にかかっています。
あなたのブログとあなたのイメージを形成するのに重要なんです。

先に、ポジショニングについて簡単に説明します。

◆ポジショニングとは、

「　読者の頭の中でブログをどう位置づけてもらうか　」
「　あなたの立ち位置がどこなのかはっきりさせる　」

ということ。

あなたのブログ、そしてあなた自身はどんなイメージを
打ち出したいのかを考え、整理するのに参考になります。

ポジショニングは「陣地取り」にもたとえられますが、
これが明快であればあるほど、「軸」がずれにくく、
戦略を考える時にとてもやりやすくなるので、
しっかり決めておくことが大切です。

▼ポジショニングについて詳しく知りたい方は
http://www.itmedia.co.jp/survey/0402/25/svn01.html

たとえば、あなたがサラリーマンの人に向けて
「転職成功のコツ 100 ヶ条」というブログを書いているとします。

あなたの立場は、「平凡なサラリーマン」なのか？

それとも「デキるエリート社員」？「たくさんの人の面接を
してきた人事担当者」？「敏腕転職アドバイザー」？

性格は？ちょっとクールな感じ？それとも怖い先輩？
親しみのもてるお兄さん？
ちょっと世の中をナナメに見た自虐的なサラリーマン？

ここで大切なのは、あなたが狙っている読者さんが
求めているイメージと、あなたのそのポジショニングや
キャラクターは果たしてマッチしているのか？　ということ。

何事も「目的ありき」なので、目的とも照らし合わせながら
整理してみましょう。

ただし、「キャラクターの設定」といっても、あまりにも
自分の本来の姿とかけ離れたものは、無理があります。

今、自分が持っている要素の中で、何を思いっきり尖らせて
見せ、何を見せないか、よくよく考えて決めましょう。

これが決まると

「ブログに書いた方がいいこと　書かない方がいいこと」
というのが自然と見えてきます。

■ここまでのまとめ

ビジネスを目的とするなら、キャラクター設定をしっかりしよう

→まずは、ざっくりとポジショニングを意識すること

次回も、引き続き「キャラクターの設定について」
ご説明します。

#こちらのメルマガは自社配信しています。
バックナンバーを送付希望の方は、お手数ですが
「バックナンバー○号を送ってください」とご記入の上、
⇒makimaki@angel-m.net へメールくださいね。

==========

★編集後記

==========

先日、イケメンがいっぱいの「ギャルソンカフェ」へ
イケメン評論家の内藤みかさんと一緒に行ってきました。
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10339195073.html

「ブログを書いていて本当に良かった」と思える、幸せな瞬間でした。

もともとこのブログは「出会い系」ですので、どんどん素敵なブロガー
さんに会えてとってもうれしいです。
偶然にも隣の席に座っていた美女お二人も、知人のアメブロガーで、
【ブログスパイラル】の力をすごく感じました。

ブログを見ると「毎日楽しく遊んでそう」に写るらしいですが、
ちゃんと、仕事もやっていますので、ご安心くださいね。

今、順番に【ブログ診断】を進めています。お申し込みいただいた方、
完成までもう少しお待ちください。

こんなことをやって欲しい！という要望や質問などがありましたら
できるだけ応えていきたいと思いますので、お気軽に
質問やご意見をお寄せください。メールをお待ちしています。

（青山　華子）

※フッター略。

VOL.006

↑あなたの価値を 11 倍高める
～パワーブロガーへの道～

★┌─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┐
┃ブ┃ロ┃グ┃じ┃ゃ┃ん┃じ┃ゃ┃ん┃　VOL.006
└─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┘

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。ブログアドバイザーの青山華子です。

前回のメルマガで「キャラクターの設定」について説明しました。
ふと思い出したことがあったので、「ニックネーム」について
補足説明させてください。

…―…目次―…―…―…―…―…―…―…―…―…―…――

★ ブログのニックネームについて

【先行告知】
★ 仕事が取れる名刺×ブログセミナー11/7（土）開催

★ 編集後記

…―…―…―…―…―…―…―…―…―…―…――

ニックネームに「日本語（ひらがな・カタカナ・漢字）以外の言葉や
「わからない単語」「知られていない単語」などは使わないで
くださいとしつこくお話ししても、なかなか直してくださらない方や
その重要性がピンとこない方がまだ多いようです。

そこで、先日、期間限定で私のブログのタイトルとニックネームを
変更してみました。

◆ゴミブロガー養成講座 ゴミ記事で 1 ヶ月 500 円ゲットせよ！

◆ゴミブロガーのクイーン hana ちゃん♪（ニックネーム）

その画像を見たい方はこちらで見られます↓
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10369030053.html

いかがでしょうか？

ニックネーム「ゴミブロガーのクイーン hana ちゃん♪」

こちらの名前を見て、私に仕事を頼もうと思う人はいるでしょうか？
プライベートブログならともかく、なんだかあやしいと思いますよね？

ブロガー同士で呼び合う時は、たいてい本名ではなく
「ニックネーム」で呼びあうことが多いです。

ブログで紹介される時は、ブログ名か、このニックネーム、
「ゴミブロガーのクイーン hana ちゃん♪」様、と
書かれてしまうわけですよ。

これじゃ「あやしさ全開」で、いつまでたっても誰も
私のことを認知してくれないに違いありません。

例えば、読者登録のお願いをしても、
「なんかアヤシイ人から読者登録来てるよ。誰？この人？」と
思われて終わり、ですよね。

ちなみに、ニックネームって一度でズバリ決まらないことが多いので、
最初の頃は少しずつ変えてみて、新規の人、想定読者の方の反応を
見ながら最終決定するといいと思います。

私は「仕事が取れるブログアドバイザー」にしてから
「青山さんって何しているんですか？」という質問が減り、
きちんとした問い合わせが増え、
無料でどんどん質問をされることもなくなりました。

最初の頃は何度か変えて反応を見てからこれに決めています。

あなた自身はどんなイメージを打ち出したいですか？
再確認してもう一度ニックネームを見直してみてください。

番外編：

私の知人女性で某ブログを書いていた方がずっと
「スマイルエバンジェリスト」というニックネームにこだわって
ました。

スマイルエバンジェリストとは、直訳すると「笑顔の伝道者」。

でもいったい何をしてくれるのかわかりにくいですし、
なじみのない言葉なので、覚えにくいのです。

彼女はせっかく仕事力があるのにもったいないと思い、
ニックネームを変えるように何度も言ったのですが
「どうしても伝えたいことがあるから」と譲りませんでした。

しばらくがんばってその活動をしていたんですけど、
彼女はある時から急に行方不明になってしまいました。
聞いたところによると、オフィスをたたんで、
どこかへ引っ越ししてしまったそうです。

先日、検索してみたら彼女のブログが何年も更新されないまま
残っていました。
ニックネームは「スマイルエバンジェリスト」のままでした。

今、彼女がどこで何をしているのかわかりません。

もちろんブログだけが原因ではないと思いますが、
この「スマイルエバンジェリスト」という言葉を全国に普及させるまで
がんばるんだ！と言って積極的に活動していた姿が忘れられず、
ふと思い出した出来事でした。

努力は正しい方向ですべきだと私は思っています。

世の中になじみのない、珍しい言葉を普及させることができるのは、
資金力とマンパワーが豊富にある、大企業だけです。

かっこいい単語にこだわるあまりに、
本来の目的を見失ってしまわないよう、注意したいものですね。

■ここまでのまとめ

ビジネスを目的とするなら、ニックネームは、実名または実名のように
見える名前で。一目で何をしている人かわかる、知られている単語を
使うこと。

次回は、「キャラクターの設定について（2)」をご説明します。

#こちらのメルマガは自社配信しています。
バックナンバーを送付希望の方は、お手数ですが
「バックナンバー○号を送ってください」とご記入の上、
⇒makimaki@angel-m.net へメールくださいね。

==========

★編集後記

==========

年初に掲げた目標「アメブロガー1000 人に会うぞ計画」残り 100 人を切りました。
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10370034679.html

ブログを見るとイベントばっかりやっているように見えるそうですが、
納期が迫り、10 月は必死に仕事をしております。「分身の術」が使えたらなあ、なんてありえないことを想像して現実逃避する日々です。

こんなことをやって欲しい！という要望や質問などがありましたら
できるだけ応えていきたいと思いますので、お気軽に
質問やご意見をお寄せください。メールをお待ちしています。

（青山　華子）

◇お問い合わせ・ご意見・ご感想はこちら
makimaki@angel-m.net

発行人：　青山華子

ブログ：　http://ameblo.jp/aoyamahanako/

Copyright (C) 2009 青山華子　All rights reserved

VOL.007

↑あなたの価値を 11 倍高める
～パワーブロガーへの道～

★┌─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┐
┃ブ┃ロ┃グ┃じ┃ゃ┃ん┃じ┃ゃ┃ん┃　VOL.007
└─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┘

━━━━━━━━━━http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。ブログアドバイザーの青山華子です。

今日も、「ニックネーム」についての続きです。

…―…目次―…―…―…―…―…―…―…―…―…―…――

★ ニックネームの失敗例

★ 仕事が取れる名刺×ブログセミナー11/7（土）開催

★ 編集後記

…―…―…―…―…―…―…―…―…―…―…――

「私も、青山華子さんみたいに、本名のようなニックネームに
早めに変えておけばよかった」と

先日、唐突に言われました。

一緒に食事に出かけたある女性、グルメっ娘★snow（仮名）さんの
発言です。

彼女は、会社員ですし、ブログを本格的に活用しようという気は
なかったんですが、だんだんブログのアクセス数が増えて
影響力を持つようになり、ゴージャスランチ会の主催や一軒家を
貸し切ってのフレンチ勉強会、知人のクッキングスクールのイベント
などを手伝うようになっていきました。

副業として仕事をするようになってからふと気がついたのが、
ニックネームがこれだと何かと不便だ！ということだったそうです。
例えば、お店の予約。

まさか「お名前は？」と聞かれて「グルメっ娘★snow です♪」と
答えるわけにはいきませんよね。

参加者にも、いちいち「グルメっ娘★snow こと青山華子です（仮に）」
と説明しなくてはいけません。

いろんなところで呼ばれる時、「グルメっ娘★snow さん」と呼ばれて
しまいます。名刺もなんだか軽い印象になってしまいます。

本名を出しても、「グルメっ娘★snow」の方が知られてしまっている
ので「それは誰？」という顔をされます。

何か物販をするにしても、「グルメっ娘★snow」と販売者の名前に
書くわけにもいきません。

もう何年もそのニックネームを使い続けてしまっているため、
今更変えるのも・・・と悩んで、結局、変えないままなんだそうです。

実は、私もこれと同じような失敗を何度かしています。
別ブログでは、あやしいニックネームを使い続けてしまって、
仕方がないので使い分けていますが、何かと不便です。

ニックネームを変えるなら、まだあまり認知が広がっていない、
早いうちに変えることをオススメします。

■ここまでのまとめ

ニックネームは、あなたが考えているより重要。
実名または実名のように見える名前にすべし。

次回は、「キャラクターの設定について（2)」をご説明します。

#こちらのメルマガは自社配信しています。
バックナンバーを送付希望の方は、お手数ですが
「バックナンバー〇号を送ってください」とご記入の上、
⇒makimaki@angel-m.net へメールくださいね。

==========

★編集後記

==========

今日、15 年前メル友だった方から急に連絡が来ました。
よく私のことを覚えていたなあと本当に驚くばかりです。

その頃はブログなんてまだ普及してなくて、やっとパソコン通信から
インターネットに切り替わったくらいの時期。

私は「食べ歩きグルメの会」と「レアな海外情報を交換する会」の
コミュニティを作っていて、不便な環境の中、活動していたことを
思い出します。インターネットのチカラはすごいですね。

こんなことをやって欲しい！という要望や質問などがありましたら
できるだけ応えていきたいと思いますので、お気軽に
質問やご意見をお寄せください。メールをお待ちしています。

（青山　華子）

◇お問い合わせ・ご意見・ご感想はこちら
makimaki@angel-m.net

発行人：　青山華子

ブログ：　http://ameblo.jp/aoyamahanako/

Copyright (C) 2009 青山華子　All rights reserved

VOL.008

↑あなたの価値を 11 倍高める
～パワーブロガーへの道～

★┌─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┐
┃ブ┃ロ┃グ┃じ┃ゃ┃ん┃じ┃ゃ┃ん┃　VOL.008
└─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┘

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。ブログアドバイザーの青山華子です。

今日は、「キャラクターの設定」についてご説明します。

…―…目次―…―…―…―…―…―…―…―…―…―…――

★ キャラクターの設定（1）

★ 【先行案内】夜のシークレット勉強会　11/13（金）

★ 仕事が取れる名刺×ブログセミナー11/7（土）

★ 編集後記

…―…―…―…―…―…―…―…―…―…―…――

キャラクターの設定方法について、よく聞かれますが、
私の方法は、「超実践型・人マーケティング」によるもので、
「オリジナルメソッド」があるわけではありません。

勉強のため【自分ブランディング】関連の本を読みまくり
「キャラ立ちの技術」等を参考にしようと思いましたが、
理屈はわかるものの、なんだかピンときませんでした。

とがれとかエッジを立てろとはいうけれど、
じゃ、自分はどんな風にしたらいいのか？

具体的にどうしたらいいの？ということが見えなかったんです。

そこで、私が取った方法は、「読者にウケるキャラクター」を
調べるということでした。
一番私が参考になった本は、マンガ家を目指す人のための指南書
◆【マンガ編集者が語るおもしろさの創り方】◆です。
⇒http://www.amazon.co.jp/dp/4496042851/

その中の「読者にうける主人公」「読者を引きつけるもの」に書かれて
いることがとても納得できたので、「ブログ」を「一つの物語」に
置きかえて、考えてみたのでした。

本を読んでポイントを押さえた上で、こだわったのは下記の 3 つ。

1・狙っているターゲット層にウケるキーワードは何か？

2・その方々に「応援されるキャラクター」とはどんな人か？

3・ブログを書く理由とそのキャラクターはマッチするか？

私が狙っている層は、自分より 10-20 歳は年上の男性で、
企業で決済権を握っている方です。

この方々の多くは、

「固そう、エラそう、無愛想、生意気、上から目線すぎ、愚痴っぽい、
理屈っぽい」

女性を嫌うことが多く、ブログの印象からそのように見えてしまったら
アウトだと思いました。

いくつかキーワードをぶつけてみて、彼らの反応を見ると

「がけっぷち」
「下請けからの脱却」

が、とても食いつきが良かったのです。

名刺を何種類も変えて試してみましたが、「がけっぷち脱出まで有効」
という個所を見て「がけっぷちって何？」と聞かれる確率、実に 90%以上。

最初の頃は、ブログの読者もいなかったので、自ら読者登録を
申請する時、依頼文を何パターンか変えて実験してみましたが、

この 2 つの言葉に共感して、読者返しをしてくれる経営者の方が
圧倒的に多かったので、

「弱さを強みに変えようと努力・苦労している姿」

が求められている姿なんだな、ということも、
試してみるうちにわかってきました。
私の場合、最終的にリアル営業することを目的にしていたのと、当初
想定していた方というのは、検索エンジンで外注先を探したりはせず、
口コミや紹介でしか仕事を発注しないことを知っていました。

だから「検索エンジン」よりも
「想定している方に確実に印象に残るフレーズ」が大事だったのです。

それからもテストマーケティングしてみた結果、
彼らに「応援されるキャラクター」であるためには、
「1段下のポジション取り」をして「弱者」に見られた方がいい
という結論に至りました。

でも、ただ「弱者なだけ」ではだめです。

「弱さを強みに変えようと努力・苦労している姿」を見せる必要が
あります。そして短期で小さなことでもいいから結果を出さなくては
いけません。

大人気の女性漫画に「ガラスの仮面」というのがありますが、
目指すのは「姫川亜弓」ではなく、「北島マヤ」です。

あの「北島マヤ」というのは、日本人にウケるキャラクターの要素が
全部入っていますね。

北島マヤのキャラクターについて詳しく知りたい方はこちらを
↓　↓　↓
http://ja.wikipedia.org/wiki/%E5%8C%97%E5%B3%B6%E3%83%9E%E3%83%A4

「がけっぷち」キャラクターは、まさに私そのもの。別に無理な演出を
しなくても、かなり地のままでいけると思いました。

【金なし・コネなし・美貌もスポンサーもなし】のまさにがけっぷち！

そうか、何も無理にかっこつけて自分を大きく見せる必要はないんだ、
だめならだめなままで、素直にそれをさらせばいいのだ、

と腹が決まりました。

→次回へ続く

■ここまでのまとめ

キャラクターは想定読者（ターゲット）を意識して考えるべし。
まず、相手を知り、彼ら彼女らにとって応援されるキャラクターを
目指しましょう。

次回は、「キャラクターの設定について（2)」をご説明します。

#こちらのメルマガは自社配信しています。
バックナンバーを送付希望の方は、お手数ですが
「バックナンバー〇号を送ってください」とご記入の上、
⇒makimaki@angel-m.net へメールくださいね。

==========

★編集後記

==========

2009 年もあと 2 ヵ月ほどで終わり。アメブロガー1000 人に会うぞ計画、
残りあと残り 87 人です。11 月、12 月でラストスパートかけないと！

こんなことをやって欲しい！という要望や質問などがありましたら
できるだけ応えていきたいと思いますので、お気軽に
質問やご意見をお寄せください。メールをお待ちしています。

（青山　華子）

※フッター略。

VOL.009

↑あなたの価値を 11 倍高める
～パワーブロガーへの道～

★┌┬┬┬┬┬┬┬┬┐
┃ブ┃ロ┃グ┃じ┃ゃ┃ん┃じ┃ゃ┃ん┃　VOL.009
└┴┴┴┴┴┴┴┴┘

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。ブログアドバイザーの青山華子です。

今日は、前回に引き続き「キャラクターの設定」に
ついてご説明します。

…―…目次―…―…―…―…―…―…―…―…―…―…――

★ キャラクターの設定（2）

★ 仕事が取れる名刺×ブログセミナー　あと 3 名

★ 編集後記

…―…―…―…―…―…―…―…―…―…―…―…――

私は、ブログにはコンサルティングのことや企業さんの仕事の
ことをあまり書いていません。・・・というか書けないんです。

守秘義務があり、企業さんの実名や実例を出せないので、
実物をお見せできないのが残念ですが、いくつかの携帯ポータル
サイトへ占いコンテンツや恋愛コラムなどの企画&原稿提供を
毎週行っています。

そこでは、「青山華子」の名前ではなく、架空のキャラクターを
立て、完全にその人物になりきって文章を書いています。

携帯コンテンツをダウンロードする層というのは、普段ほとんど本を
読まない人たちです。

だからビジネス界で有名な方、
例えば、本田健さんとか、和田秀樹さんとか、松下幸之助さんでさえ
「誰？その人？」という世界なんです。

本当にびっくりするほど誰も知られていないんですよ。

有名な著者も何人かコラム連載されているんですが、
全 88 コンテンツのうち、一番ダウンロードされていて
顧客満足度が高かったのが、実は私の提供したコンテンツでした。

これには書いた私本人もびっくりです。

携帯コンテンツの世界は、特殊な世界です。

・読む層の知識の低さは、想像以上に低レベル
・本を読みなれていないから、難しい漢字や単語が使えない
・思わずクリックしたくなる記事タイトルが勝負

全然、今までの常識が通用しないんです。全く新しい世界。

すごい文豪の作家さんであればあるほど、その人の持つ実績や
スキルがかえって縛りになっているんですね。

読み手に合わせたレベルダウンができない。
そんなうすっぺらい文章書けない。
こんな少ない文字数で言いたいことが書けるか！

とだいたいみなさん文句を言うそうですよ。

だから無名でも、チャンスがある。

本も出版していない私がすごい方々と一緒に
コンテンツ提供できるのも、新しいメディアならではのこと。

時代は変わったんだなあと実感します。

これと同じことが、実はブログ内でも起こっているんです。

ブログサービスごとに、ブロガーの特徴ってかなり違いますが、
アメブロって「ピュアな初心者」が多いです。

多くのユーザーは、

「生まれてはじめてブログを読む/または書いた人」
「芸能人が書いているから私も始めちゃったというミーハーちゃん」
「なんとなく周りにすすめられて」「暇つぶしに携帯で遊ぶ感覚」

文字がいっぱいの、文章主体の論文みたいなブログは、アメブロでは
あまりウケません。

だって難しいことは知らないですから。

ブログ特有の単語とか常識も知りませんし、そういう感覚で
ブログを見に来ていないんです。

この「なんとなくの感覚」を上手につかんだ人が、アメブロを制して
いくと確信しています。

だから柔軟な人ほどチャンスがあります。

今までやってきてわかったことは、
アメブロでパワーブロガーにいち早くなるには、以下の 3 点が
重要だということです。

1・想定読者（ターゲット）にあった記事を書けるかどうか
2・その方々にウケるキャラクターを立てられるか
3・ポジショニングがしっかりしているか

ターゲット層によっては、いい記事を書くことよりも、
「2」「3」が非常に重要な要素となります。

「キャラクターの設定」は、あなたが考えているよりも、すごい
大事なことなんですよ。

→次回へ続く

■ここまでのまとめ

キャラクターは想定読者（ターゲット）を意識して考えるべし。
まず、相手を知り、彼ら彼女らにとって応援されるキャラクターを
目指しましょう。

次回は、「キャラクターの設定について（3)」をご説明します。

==========

★編集後記

==========

今日「仕事の相談させてください。来週どこかでお茶でも」と突然、某社長さんから連絡がありました。今まで全然見向きもされなかったのにブログの力ってすごいなあと思ったら、始めたばかりのツイッターの私のつぶやきをたまたま見て、ブログにアクセスしたそうです。

どこで何を見られているかわかりませんね～。変なこともつぶやいていたからそっちを見られたらマズかったな～。

ツイッターをビジネス活用したい方のためのグルっぽ「ビジネスついったー”つぶやき”なう　を作りました。1日で62名の登録をいただき、みなさんの関心の高さがうかがえます。ご興味ある方はぜひグルっぽへ参加してくださいね。

↓　↓　↓

http://group.ameba.jp/group/8oyh9nUBD4md/

私のツイッターはこちらです

↓

http://twitter.com/aoyamahanako

こんなことをやって欲しい！という要望や質問などがありましたらできるだけ応えていきたいと思いますので、お気軽に質問やご意見をお寄せください。メールをお待ちしています。

（青山　華子）

※フッター略。

VOL.010

↑あなたの価値を 11 倍高める
～パワーブロガーへの道～

★┌┬┬┬┬┬┬┬┬┐
┃ブ┃ロ┃グ┃じ┃ゃ┃ん┃じ┃ゃ┃ん┃　VOL.010
└┴┴┴┴┴┴┴┴┘

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。ブログアドバイザーの青山華子です。

今日は、「キャラクター」の話の続きを書こうと思っていたんですが、
急遽「パワーブロガーの定義」について書くことにしました。

…―…目次―…―…―…―…―…―…―…―…―…―…――

★ パワーブロガーの定義

★ 仕事が取れる名刺×ブログセミナー　あと 2 名

★ 編集後記

…―…―…―…―…―…―…―…―…―…―…―…――

【パワーブロガー】という言葉、アメブロガーの中では、だいぶ
知られるようになりましたね。

パワーブロガーという言葉が広まったのは【パワーブロガーの法則】
著者の松本拓也さんが名乗っていたのを知り、
私が本人に許可を取って使い始めたのがきっかけです。（たぶん）

その出来事については、こちらを↓

◆せたＰさんとの出会いはこの記事から
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10182377639.html

影響力のあるブロガーのことを一般的には「アルファブロガー」と
呼ぶようですが、「アルファ」ってぴんとこないし、絶対
「パワーブロガー」の方が覚えられる！！と直感で感じて使うように
なったところ、ネットの世界の大御所の田渕さんが名乗り始めて、
一気に広がったというのが経緯ではないでしょうか。
その経緯はこちらの記事を↓

◆ブログは一人では加速しない★掛け算で影響力を高めよう
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10302009202.html

じゃ一体パワーブロガーって何？

元祖パワーブロガーの松本さんの定義では、アクセスが１万ＰＶあれば
パワーブロガーとのことでしたが、私が定義しているのは以下の３点。

１・ある程度のアクセス数がある（月間３万ＰＶ以上）

２・ブログが影響力を持っている（販売力・伝染力）

３・ブロガーさんが魅力的である
（ブログがいくら良くても人間性が低いとダメ）

私が「ブログじゃんじゃん」を書き始めたのは、2008 年の 10 月末。
ブログを開設してちょうど約１年たちました。

どうしても早いうちに下請け体質から脱却したかったので、短期間で
絶対パワーブロガーになろうと決めてました。

でも、アメブロは芸能人が多いこともあって、有名人有利の媒体。
無名で、出版もしていない私が短期間でパワーブロガーになれるのか？
と始めたばかりのころは悩みました。

ブログは開設したものの、最初の１ヵ月は適当な記事を書くだけ。
まだ方向性が定まらず、書いたり書かなかったり。

いろいろ迷っていたこの頃が一番苦しかったですね～。

このままただ書いていてもだめだな、と思い、
本気でブログ戦略を練り直して、私が特に力を入れたのが、

◆キャラクターの設定
◆ネーミング
◆コミュニティの形成

の３つです。

ＳＥＯとは真逆の「ヒューマン戦略」とでも名付けましょうか。

とにかく「人」ということにフォーカスして戦略を立てました。

→次回へ続く

==========

★編集後記

==========

ツイッターをはじめてからアメブロにかける時間が減ったという人が
増えてるみたいです。確かにあちらの方が【ゴミつぶやき】が書きやす
いですしね。私もたまにつぶやいてますが、やってみると面白いです。
朝はみんなツイッターで挨拶し合ってました。

ツイッターをビジネス活用したい方のためのグルっぽ「ビジネスついっ
たー”つぶやき”なう　を作りました。現在、73 名が登録。

ご興味ある方はぜひグルっぽへ参加してくださいね。

↓　↓　↓

http://group.ameba.jp/group/8oyh9nUBD4md/

私のツイッターはこちらです

↓

http://twitter.com/aoyamahanako

こんなことをやって欲しい！という要望や質問などがありましたら
できるだけ応えていきたいと思いますので、お気軽に
質問やご意見をお寄せください。メールをお待ちしています。

（青山　華子）

◇お問い合わせ・ご意見・ご感想はこちら
makimaki@angel-m.net

発行人：　青山華子

ブログ：　http://ameblo.jp/aoyamahanako/

Copyright (C) 2009 青山華子　All rights reserved

VOL.011

↑あなたの価値を 11 倍高める
～パワーブロガーへの道～

★ブ｜ロ｜グ｜じ｜ゃ｜ん｜じ｜ゃ｜ん★　VOL.011

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。ブログアドバイザーの青山華子です。

今日は、前回に引き続き「キャラクターの設定」に
ついてご説明します。

…—…目次—…—…—…—…—…—…—…—…—…—…——

★ キャラクターの設定（4）

★ 夜のシークレット勉強会　11/13（金）

★ 編集後記

…—…—…—…—…—…—…—…—…—…—…—…——

私は、ブログを使ってするビジネスには大きく分けて次の 3 種類
あると思っています。

1・ネット販売主体型（究極、誰にも会わずにビジネスが完結する）
2・アナログ販売主体型（最後は人に会わないとビジネスが完結しない）
3・1 と 2 の混合型

同じパワーブロガーを目指すにも、「1」のタイプのパワーブロガーを
目指すのか、「2」のタイプのパワーブロガーを目指すのかで、戦略は
かなり変わってきます。

「1」は　コンテンツ　　＞　人の魅力
「2」は　人の魅力　　＞　コンテンツ

「1」の人のやるべきことは、とにかく役に立つノウハウを書くこと。
「2」の人のやるべきことは、「魅力的なキャラクターの設定」

そして、私が視野に入れているのは後者です。

勘違いして欲しくないのですが、「2」はキャラクターさえ立っていれば
コンテンツはなんでもいい、というわけではありません。
あくまで「力を入れるべき」点ということです。
先週、【仕事が取れる名刺×ブログセミナー】で、ブログからの集客に
成功しているサロン、お店、学習塾の実例をお話ししました。

彼らが成功した秘訣は、

1・徹底した顧客の絞り込み
2・キーワードの絞り込み
3・売れすじ１点集中ＰＲ
4・店長、塾長の「キャラクター設定」
5・メリットのわかりやすさ
6・お客様の声が自動的に上がってくる仕組み
7・ネタ切れしないブログ運営スタイル
8・ストックが資産ＤＢになるような活用法
9・口コミを誘導するツール
10・継続→信頼の積み重ね

特に「1」「2」「4」「5」に力を入れました。

中でも、特に効果を発揮したのは、店長、塾長の「キャラクター設定」

お客様から、あなたが魅力的に見えるかどうか、
「この人にお任せしたい」と思ってもらえるかどうか

これが非常に大事なのです。

いくらコンテンツが素晴らしくても、人柄が見えないブログ作りでは、
教材は売れるかもしれませんが、集客は難しいです。

塾などは、もちろん実績重視であることは間違いないですが、だからと
言ってブログから受ける印象から「この人に大事な子供を任せたくない
な」と思われたら、人は来ないのです。

→次回へ続く
■ここまでのまとめ

パワーブロガーにも２種類ある。あなたの目指すスタイルは、物販重視
なのか集客重視しなのか明確にし自分にあった方法を取りましょう。

「集客重視」なら「キャラクターの設定」に力を入れること。

次回は、「キャラクターの設定について（4)」をご説明します。

==========

★編集後記

==========

先日、ツイッター経由でたくさんアクセスが来たなあと思ったら
「巨乳のアメンバー記事」のせいだった。
「アメブロやってないので、見れない！」と何人もからお叱りのメールをいただいた。
一生懸命、書いた「役に立つ記事」よりもたくさんアメンバー申請が来てちょっとガックリ・・・。
まあ世の中そんなに甘くない。そんなもんだよね。

「ビジネスついったー」のグルっぽが、111 名になりました。
みなさんの関心の高さがうかがえます。ご興味ある方はぜひグルっぽへ参加してくださいね。

↓　↓　↓

http://group.ameba.jp/group/8oyh9nUBD4md/

私のツイッターはこちらです

↓

http://twitter.com/aoyamahanako

こんなことをやって欲しい！という要望や質問などがありましたら
できるだけ応えていきたいと思いますので、お気軽に
質問やご意見をお寄せください。メールをお待ちしています。

（青山　華子）

※フッター略。

VOL.012

↑あなたの価値を 11 倍高める
～パワーブロガーへの道～

★┌┬┬┬┬┬┬┬┬┐
┃ブ┃ロ┃グ┃じ┃ゃ┃ん┃じ┃ゃ┃ん┃　VOL.012
└┴┴┴┴┴┴┴┴┘

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。ブログアドバイザーの青山華子です。

今日は、前回に引き続き「キャラクターの設定」についてご説明します。

…―…目次―…―…―…―…―…―…―…―…―…―…――

★ キャラクターの設定（4）

★ 出遅れた人のためのツイッター超入門セミナー開催

★ 編集後記

…―…―…―…―…―…―…―…―…―…―…―…――

「キャラクターの設定」は、多くの人にとって、
なかなか難しい要素のようです。

特に、税理士さんや社労士さん、コンサルタントなどの
「お堅い職業の方」は、なかなかキャラクター設定ができず、
「頭ではわかってるんですが、何もアイディアがありません」と
100 人中 99 人が言いますね。

ブログでブランディングを推奨している、こだわり社長の只石さんに、
そんな時はどんな質問をしますか？と聞いてみたところ、

「あなたは誰にとってのヒーロー、ヒロインになりたいですか？」
と深く聞いてみると言っていました。

私だったら、いいサービス・商品は持っているけれど、職人タイプで
集客や宣伝があまり得意ではない、どちらかというと口ベタな、ＩＴも
ちょっと苦手な、でも向上心がある中小企業の社長さんや、個人事業主
の方の、ヒーロー(ヒロイン？）になりたいです。
その方々から、もし「青山さんのアドバイスのおかげで、ブログから
集客ができるようになりました。」とか「問い合わせが増えてます」と
言われたら本当にうれしいです！

先日、とっても苦労しながら、毎日ブログを１年くらい書いてきて、
やっとブログから問い合わせや注文がコンスタントに来るようになり、

「ブログをやっていて本当に良かった」と

言われた時は、私も感動でじ～んとしてしまいました。

ヒーローとかヒロインというと「自分がヒーローだなんて・・・」と
恐縮される方もいらっしゃるのですが、これは

「あなたはどんな人のお役に立ちたいんですか？」
「どんな人からお礼を言われたらうれしいですか？」という

質問と同意です。

この答えが決まって、ふとその姿を想像した時、
もしあまりうれしいと感じなかったら、本当はもっと違う人のために、
役に立ちたいのに「頭で難しく考えてしまって」
理想の姿を作り上げている可能性があります。

あなたは、誰にとってのヒーロー、ヒロインでありたいですか？
どんな人を喜ばせたいですか？

そこから、全ては始まるのだと思います。

そこがはっきりしないと、キャラクターだけ立ててみても
あまり意味がないということになってしまいます。

→次回へ続く

■ここまでのまとめ

キャラクターを決める前に、「どんな人のヒーローでありたいのか」
を明確にしないと失敗する。もう一度自問してみましょう。
「どんな人を喜ばせたいのか？」と。
次回は、「キャラクターの設定について（5)」をご説明します。

#こちらのメルマガは自社配信しています。
バックナンバーを送付希望の方は、お手数ですが
「バックナンバー〇号を送ってください」とご記入の上、
⇒makimaki@angel-m.net へメールくださいね。

==========

★編集後記

==========

11 月に入り、電話が多くなった。ビジネスの問い合わせはちょっぴりで
ほとんどが「忘年会」「クリスマスパーティ」早くも「新年会」のお誘い
ばかり・・・。「宴会要員」と思われているのか、昔、勤めていた
会社の部長さんからも連絡が！これも営業とがんばるしかないのかな。
世の中、ＩＴ化されても、まだまだアナログの時代なのね～。

「飲み会はいいから仕事ください！」と今度言ってみようか真剣に
悩んでます。

「ビジネスついったー」のグルっぽが、135 名になりました。
まだ登録していない方はぜひグルっぽへ参加してくださいね。
↓　↓　↓
http://group.ameba.jp/group/8oyh9nUBD4md/

私のツイッターはこちらです
↓
http://twitter.com/aoyamahanako

こんなことをやって欲しい！という要望や質問などがありましたら
できるだけ応えていきたいと思いますので、お気軽に
質問やご意見をお寄せください。メールをお待ちしています。

（青山　華子）

◇お問い合わせ・ご意見・ご感想はこちら
makimaki@angel-m.net

発行人：　青山華子
ブログ：　http://ameblo.jp/aoyamahanako/

Copyright (C) 2009 青山華子　All rights reserved

VOL.013

↑あなたの価値を 11 倍高める
～パワーブロガーへの道～

★┌┬┬┬┬┬┬┬┬┐
┃ブ┃ロ┃グ┃じ┃ゃ┃ん┃じ┃ゃ┃ん┃　VOL.013
└┴┴┴┴┴┴┴┴┘

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。ブログアドバイザーの青山華子です。

今日もまたまた「キャラクターの設定」についてご説明します。

…―…目次―…―…―…―…―…―…―…―…―…―…――

★ キャラクターの設定（5）

★ 出遅れた人のためのツイッター超入門セミナー開催

★ 編集後記

…―…―…―…―…―…―…―…―…―…―…―…――

「○○のセミナー行ってみたけど、はっきりいって新しさは全然ない。
話してることも平凡だし、しゃべりもそんなに上手くない。
内容だってあれでよく文句でないよな。
それなのに、アイツ人気あるんだよね。
いつもセミナー満席なんだって。全然プロじゃないのにな～。
世の中見る目ないね」

ある男性が私にぽろっと言ったセリフです。

続いてこちらはまたまた別の人の発言。

「Ａさんってさ、どこがすごいわけ？本読んでみたけど、ふうんって
感じだし、ブログもつまんない。○○したとか誰に会ったとか書いてる
だけだし。なんであんなに人集まってんの？」

その答えは、偶然、見つけたこの人のつぶやきに書かれていました。

「商品サービスの質が低くても、個性キャラクターにお客は着く。
　先日、下手クソ講演会に参加して思った。
　オレよりレベル低いが人気あり。感心」

ＢＹベンチャー大学の栢野さんのツイッターより勝手に引用

注）講師は３人とも別人です。

はい。これは私もとても感じていることです。

レベルが高く、高度なことを教えているからって人気が出るとは限らない。
特に講演やセミナーなどはそう。

考えてみたら、タレントだって売れてる人が必ずしも
「歌」や「演技」が上手とは限らない（むしろヘタなことも多いですよね・・）

「職人タイプ」の人がついやってしまうのは、下記のパターン。

◆なかなか人が集まらない→もっと自分の技術を磨かなければ

もちろん【プロフェッショナル】になることは大事です。

実績がない人には、誰もついてこないと思いますし、せっかく人が
集まっても、あまりにも質が低ければお客様は離れていってしまう。

ただそれだけでは、なかなか集客につながらない。

これからは、ますます「個性キャラクターにお客は着く」時代に
なっていくと確信しています。

そのためにも「集客」したいのなら、「キャラクター」を上手に
立てましょう、というのが私がしている１つの提案です。
そうはいっても自分は派手な性格ではないし、人前に出るのも苦手だし、
すごい人みたいにキャラが立ってないし・・・・と

よく言われるんですが、大丈夫です。

私も、

・見た目地味です
・人前で話すのは苦手です
・もともと強烈なキャラクターではありません
・美人オーラ？全然ありません
・あまりにも「フツウ」です

最初からキャラクターが立っている人って、そんなにはいませんから。

地味な人でもいわゆる「キャラ立ち」をする方法はあるのか？について
次回、書いていきたいと思います。

→次回へ続く

■ここまでのまとめ

今は、「個性キャラクターにお客が着く」時代
自分のキャラクターについてもう一度考えてみよう。

「役に立つ記事を書く」ことと同時に
「想定読者に愛されるキャラクター」作りを目指そう！

次回は、「キャラクターの設定について（6)」を予定しています。

#こちらのメルマガは自社配信しています。
バックナンバーを送付希望の方は、お手数ですが
「バックナンバー〇号を送ってください」とご記入の上、
⇒makimaki@angel-m.net へメールくださいね。

==========
★編集後記
==========

先日、はじめてツイッター経由で勉強会に参加してくださった方がいて
とっても嬉しかった。飲み会の席で「何故この勉強会に参加しようと
思ったんですか？」と聞いたら「がけっぷちという言葉が気になりまして」
との回答。

その方は、全然がけっぷちではなかったんですが、「がけっぷち」の
話で盛り上がり、ダブルで感激。不思議と４０代５０代の男性がやって
来てくれるのは、ヒューマンマーケティングのおかげ？？？

勉強会の様子はこちらで
↓　　↓　　↓　　↓　　↓
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10387878045.html

※フッター略。

VOL.014

↑あなたの価値を 11 倍高める
～パワーブロガーへの道～

★┌─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┐
┃ブ┃ロ┃グ┃じ┃ゃ┃ん┃じ┃ゃ┃ん┃　VOL.014
└─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┘

━━━━━━━━━━http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。ブログアドバイザーの青山華子です。

キャラクターの話が続いたので、今日は、私の
「10 倍の自分になる」について書きたいと思います。

このブログのタイトルは「11 倍」ってなっているのに
どうして「10 倍？」というつっこみは「なし」でお願いします。

…―…目次―…―…―…―…―…―…―…―…―…―…――

★ 10 倍の自分になる？

★ 出遅れた人のためのツイッター超入門セミナー開催

★ 編集後記

…―…―…―…―…―…―…―…―…―…―…――

★１０倍の自分になる方法！…青山華子さん
http://ameblo.jp/motezo/entry-10389044272.html

こんなブログの記事を見つけました。
藤沢あゆみさんが書いてくださった記事です。

その時まで実はすっかり忘れていました。
2009 年 1 月 1 日にそんな目標を立てていたことを。

11 か月前を振り返ってみると、

2009 年は、何かにチャレンジする年と決めてました。

まずはブログの影響力を 10 倍にしようと思い立ち、
やるべきことを詳細にノートに書きだしました。

（こちらの丸秘ノートの 1 部は、夜のシークレット勉強会で
参加者のみなさんにお見せしてしまいました。
きっとすごく恥ずかしいことも書いていたと思います・・）

「明日からやろう」という「先延ばしする気持ち」を
封印するため、どうせなら新年がスタートした 1 日から
スタートダッシュをしようと思い立ちました。

その頃はまだ「アメブロ毎月 1 日の法則」が有効だったんです。

＃当時のランキングは、何をカウントしているか発表されておらず、
毎月 1 日にランキングがリセットされる「累計」でした。
1 日にたくさん記事を書くとアクセスアップしてランキングが上がる
ことを発見したので、勝手に私がそう名付けてました。

みんなが休んでいる元旦に、さすがにそんなにたくさん記事を
書く暇な人もいないだろう。これは凡人の私にでもできるチャンスだ

って思ったんです。

実は、12 月 31 日から 1 月 1 日にかけて、私は八景島シーパラダイスで
友人とカウントダウンパーティに出かけていたので、丸 2 日くらい
ＰＣの前にはいませんでした。

そして、「ブログじゃんじゃん」の他に「恋、ときどき占い」のブログ
も書いていたので、http://ameblo.jp/koi-tokidoki/

２つとも上位にランクインさせるため、予約投稿と
携帯投稿（外で遊びながら待ち時間などに書く）で、

ブログじゃんじゃんの方は１００記事
恋、ときどきの方は　　３０記事

を 2009 年 1 月 1 日にアップしました。
今までで 1 番がんばりました。

自分でもよくやるな～っと思ったんですけど、案外、ゲームみたいに
楽しんでやることができました。

正直、「自分のモチベーションを高めるため」と

「ランキング上がれば記事は読まれなくてもいいかな」と
心の奥では思っていましたが、
できるだけ役に立つ記事を書いていきました。
さすがに全部の記事を読んだ人はいないだろうと思っていたら、
驚くことに「全部読みました」という方が何人もいたんです！

そして、この出来事が、2009 年の私の運命を変えてしまったのでした。

→次回へ続く

■ここまでのまとめ

凡人はみんなと同じことをしても、なかなか 1 歩抜け出ることは
できない。

同じことをやるにしても、
誰もやらない時にやるからこそ結果が出やすいこともある。

次回は、「キャラクターの設定について（6)」を予定しています。

#こちらのメルマガは自社配信しています。
バックナンバーを送付希望の方は、お手数ですが
「バックナンバー〇号を送ってください」とご記入の上、
⇒makimaki@angel-m.net へメールくださいね。

==========
★編集後記
==========

最近、「今日もコレですか？」と会う人ごとにビールを飲む真似を
されるんですが、そんなに毎日は飲み歩いていませんよ。

今、教材を作ったり、必死で
納期に間に合わせるべく本業の仕事をしています。

飲み会はいつ？と聞かれるんですが、

◆ツイッター飲み会→もうちょっとお待ちください。
◆忘年会 12/10 来週には申込開始します。

◆アメブロでもうすぐ「ブログ読者プレゼント」をやります。

※フッター略。

VOL.015

↑あなたの価値を 11 倍高める
～パワーブロガーへの道～

★
| ブ | ロ | グ | じ | ゃ | ん | じ | ゃ | ん |　VOL.015

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。ブログアドバイザーの青山華子です。

いよいよ今年も残すところあと 1 ヵ月となりましたね。
今日は、先週に引き続き、2009 年 1 月の出来事の続きを書いていきます。

…—…目次—…—…—…—…—…—…—…—…—…—…——

★ 急にいろいろなことが動き始めた 2009 年 1 月

★ 出遅れた人のためのツイッター超入門セミナー開催

★ 編集後記

…—…—…—…—…—…—…—…—…—…—…—…——

NO14 の続きです。

ブログじゃんじゃんの方は１００記事
恋、ときどきの方は　　３０記事

を 2009 年 1 月 1 日にアップしました。

結果は・・・

「ブログじゃんじゃん」の方は、
狙い通り当時のアントレプレナージャンルで 10 位以内、
「恋、ときどき占い」の方も恋愛ジャンルで 20 位以内に入り、

その日の目標は無事、達成しました。

そして仕事始めの 1 月 4 日。
仕事開始早々、某大手企業から電話があり、携帯向け占いコンテンツ
の仕事の打診がありました。

とても急いでいるらしく、電話とメールでやり取りしてあっさり仕事が
決まりました。

たまたまその方は、知人の紹介で私のブログを知り、元旦から
私がたくさんブログ記事を書いていることに興味を持ち、恋愛と占いの
ブログの方も読んでくださったのだとか。

ドコモの公式サイトの認定が今までより厳しくなり、
「リアルの占いをやっている人がちゃんと所属している会社かどうか」
「占いにオリジナリティがあるか」が決め手だったそうで、
私一人でも占い師がいればＯＫということで、
一度も会うことなく仕事受注となりました。

何日かして、別の会社さんからも問い合わせがあり、いつどこで誰が
見ているかわからないなあと実感したものです。

でも、いいことばかりは続きませんでした。

私が占いの仕事やブログにばかり注力しているのが面白くなかったのか
何年も一緒に働いてくれていたスタッフが突然、辞めてしまいました。

慌てて知人社長の紹介で雇った後任のスタッフは、私の仕事のやり方が
気に入らなかったようで、仕事の進め方について注意したら、逆ギレし、
ノートＰＣを壁に叩きつけて帰ってしまい、翌日から会社に来なくなりました。

その後も何人か採用してみたのですが、どの人も旧事業のマニアックな
仕事が合わなかったのか長続きせず、その度に人探しに走り回る日々。

応募すればそれなりに集まるのだけれど、やってもらう仕事がかなり
特殊なため、探しても探してもなかなかいい人がいない・・・・。

レベルを落として仕事内容を簡単にしても、それでもきちんと仕事を
してくれる人が見つからない。やっといい人が見つかったと思えば、
向こうから断られる・・・。

弱小の会社だし私も知名度がないから、社員どころかアルバイトでさえ
定着しないんだと、本当に落ち込みました。
やっぱりいいスタッフを採用するためには、知名度を上げなければいけ
ないんだと痛感したものです。

そんな時、身内が癌になり、会社がばたばたしている中、北海道と東京
を何度も行き来することに。

1月から新しいブログセミナーも始め、あれもこれもやらなければ
ならないことがいっぱい。ＴＯＤＯを見るとくらくらして私まで
倒れてしまいそうでした。

そんな中でも、自分で決めたことだから1月早々からさぼるわけには
いかないと思い、毎日10記事以上ブログを書き続けていました。

記事をかなり削除してしまったので履歴が完全には残っていませんが、
12月からトータルの月間記事数が380とかすごい数になっていました。

次回へ続く

==========
★編集後記
==========

こないだ、静岡の焼津魚センターに寄ったら、なぜか北海道産のカニや魚、
昆布などがいっぱい。始めてまじまじと値段見たけど、
カニとかいくらってあんなに高いんだ！？とこの年にして衝撃を
受けてしまいました。一度もお金出して買ったことがないから、
値段を知らなかったんですよね。
しもまゆさんと一緒に作成した「時間がない人のためのブログ運営」
の教材第一弾がやっと完成しました。近々、販売開始します。
他にもいくつか作りたいものがあるので12月中に一気に仕上げたいです。

（青山　華子）

◇お問い合わせ・ご意見・ご感想はこちら
mail@fortune-c.com

発行人：　青山華子

ブログ：　http://ameblo.jp/aoyamahanako/

Copyright (C) 2009 青山華子　All rights reserved

VOL.016

↑あなたの価値を 11 倍高める
～パワーブロガーへの道～

★┌─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┐
┃ブ┃ロ┃グ┃じ┃ゃ┃ん┃じ┃ゃ┃ん┃　VOL.016
└─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┘

―――――――――――http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。ブログアドバイザーの青山華子です。

12 月って毎年来るのに、どうしてやり残したことを
やれなければ！と焦った気持ちになるんでしょうね。

さて、今日も前回の続きを書いていきます。

…―…目次―…―…―…―…―…―…―…―…―…―…――

★ 読者登録解除、クレームなどが続く

★ 出遅れた人のためのツイッター超入門セミナー
あと 1 名様

★ 編集後記

…―…―…―…―…―…―…―…―…―…―…――

NO15 の続きです。

毎日、ブログ 10 記事以上書くなんて！と最初は私も思いました。

実際、パワーブロガーのせたＰさんがやっていると聞き、
あのお忙しい彼が！？とびっくりしたものですが、書いていくうちに
だんだん慣れてきました。

「習慣化」って恐ろしいものです。

1 日 10 記事以上書くツワモノに聞きました
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10167565919.html

↑　↑　↑
その頃はこんなことを考えてたんですね。

そして、せっかく読者数が増え始めていたのに、急にこの頃から
どんどん【読者登録解除】が続き、かなりショックを受けました。

「あんまりおもしろくないのかな～」
「役に立たないゴミと思われたのかな」

とか考えちゃいました。

10 記事書いていても、できるだけブログのノウハウについてや
アクセスアップの記事など、内容が濃いものを自分では書いている
つもりだったのに、記事を書けば書くほど読者が減っていくなんて・・・

何か方向性が間違っているのか？
アクセス数はどんどん伸びているのに・・・

と悩んでいたんですが、ある人からメッセージをいただいて
その理由が判明しました。

「こんにちは。青山さん。

ブログおもしろそうだと思って読者登録したら
あまりにもたくさん記事更新されているのでびっくり＠＠してしまいました。

すごいペースですね！

更新通知のメールがたくさん来てしまってメールボックスは
青山さんのブログ更新のお知らせでいっぱいになってしまいました。

メールが来ない様に設定するには、一度読者登録を解除しないと
できないみたいなんで、解除してまた読者登録し直します」

（ほぼ原文のまま）

そ、そうだったのね！

メールボックスは私のブログ更新のお知らせでいっぱい

↑

これは「嫌がらせか！」と思われても仕方ない状態です　(￣Д￣;)

メールがあまり来ない人だったら確かにそうなりますね。

それで慌てて当ブログの取扱説明書というのを作り
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10214275504.html

●更新通知をメールで受け取るに設定しないでください。
　1日の更新回数が多めなため、たくさんメールが届いてしまいます。

　という1文を入れました。

その他にも、「イラストと本人が全然似ていない！」と怒られたので

●イラストとのイメージギャップあります
　こちらのイラストは「自画像」ではありません。

　「全然似ていない」というクレームは受け付けておりませんので
ご了解ください。

という文章を追加したり、

ブログって自分では気づかなかったけれど、いろんなことに
気をつけなきゃいけないんだなあという発見の連続でした。

そんな感じであっという間に3ヵ月くらい過ぎていってしまいました。

次回へ続く
==========
　★編集後記
==========

今週、来週は怒涛の忘年会＆パーティラッシュ。飲み会は好きだが
パーティは苦手な私。セミフォーマルとかドレスコードとかめんどく
さいのが嫌いなんです・・・「キラキラ」とかもあまり興味ありません。
スミマセン、女捨てていて。

こんな時は男性に生まれればラクだったなあと思います。

そういえば、「お姉さまが手取り足とり教えてあ・げ・る」発言
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10402873948.html

には苦笑しました。

内藤みかさんはともかく、私は全然そういうキャラクターじゃないので
変な誤解はしないようお願いしますね。（またクレームがきそうです）

（青山　華子）

※フッター略。

VOL.017

↑あなたの価値を 11 倍高める
～パワーブロガーへの道～

★┌─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┐
┃ブ┃ロ┃グ┃じ┃ゃ┃ん┃じ┃ゃ┃ん┃　VOL.017
└─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┘

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

あけましておめでとうございます。
ブログアドバイザーの青山華子です。

さっきふとブログを見たら、たくさんの「おめでとう」という
プチメッセージが来ていました。

「なんだろう？新年の挨拶メールかな？」と
思ってみたら、こちらの記事だったんですね。
↓　↓　↓　↓　↓
http://ameblo.jp/shuppanproduce/entry-10415881911.html

みんなチェックが早いなあ！とブログの伝搬力にビックリ。

そうなんです。
急にツイッターの本（技術書に近いですが）を出版することが
決まりました。

実は、私がツイッターを始めたのは、2009 年の 10 月 30 日。
まだ何カ月もたっていません。

ツイッター小説など新しい分野を開拓し、ツイッターの達人でも
ある作家の内藤みかさん。
http://ameblo.jp/micanaitoh/

彼女の本「夢をかなえるツイッター」に「事例」として載ることに
なり、手取り足とりツイッターのことを教えてもらって始めました。
twitter を内藤みかお姉さまに教わっています。

http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10376701507.html

読んでいるだけでわくわくしてくる本
あなたにも、何かいいことが起こるかも！？

★夢をかなえるツイッター
いいことが起こるつぶやきのコツ
↓　↓　↓　↓　↓
http://micamica.net/yumekanabook.htm

この本の出版を記念して、内藤みかさんをゲスト講師にお迎えし、
「出遅れた人のためのツイッター超入門セミナー」を
12/13（日）に行いました。

それらがきっかけとなって、私のブログを読んでくださっていた
出版コンサルの山田さん
http://ameblo.jp/shuppanproduce/

が、私に声をかけてくださり、急に出版が決定したのでした。

なんだか自分に起こっている出来事の流れが速すぎて、現実感が
ないのですが、私にはまだまだ遠い話と思っていた出版も現実になり、
夢がまたひとつ叶いました！

まさに本のタイトル「夢をかなえるツイッター」のとおりに
ツイッターを始めてからいいことが次々起こっています。

きっかけをもたらしてくれたのは、全部【アメブロのご縁】です。
長年のファンだった内藤みかさんとお会いしたのは、2009 年 5 月。
私が主宰しているグルっぽ「わくわくパワーブロガーの会」の交流会に
参加してくださったのが始めての出会いです。

出版コンサルの山田さんも、アメブロを通じてのご縁でした。

ちなみに、
16 日にゲスト出演させていただく「幸せになるブログの力」セミナーで
ご一緒するビジネス作家＆経営者の臼井由妃さん、
こだわり社長の只石さん、人脈コネクターの笠原さんも全員、
アメブロを始めてから出会った方々です。

私にとってアメブロはまさに【出会い系ブログ】

アメブロを書いていなかったら、この出会いはなかったと思うと、
あらためてその力のすごさを実感しています。

思いかえせば、目の前が真っ暗だった 2009 年の年明け。

「がけっぷち」という言葉が自然と浮かんでくるほど
私の状況はとても暗いものでした。
　◇本当にブログを書いて仕事につながるのか？
　◇私が思ったような結果がついてくるのか？
　◇やり方はこれでいいのか？

そんなことを考えて、不安でいっぱいでした。

途中、ブログタイトルを複数の人にダメ出しされて、変更しようか
迷ったり、数字にとらわれすぎブログが変な方向に行ってしまったり

他にも、書ききれないほどいろんなことがありましたが、

「とにかく決めたんだからやるしかない。1 年はやり続けてみよう」

と思って、淡々とブログを書き続けました。

たった 1 年でここまで劇的に仕事の状況が変わるとは、自分でも
予想できませんでした。
今、冷静に振り返って、無名の自分でも早く結果を出せたのは、
以下の要因が大きかったのではないかと確信しています。

◆戦略と行動が合っていた

◆その道のプロや専門家と仲良くなり、ノウハウを教えてもらった

◆ヒトのつながりを重視した

お正月に、去年 1 年やってきたことを振り返り、検証もして、
自分の中で、ポイントとなるところがかなり整理できてきました。

このメルマガやブログ、有料教材などで順番に詳しく説明していく予定です。

2010 年も、去年以上に楽しいこと、役に立つことをお届けし、
私自身も新しい挑戦をするつもりです。

引き続きどうぞよろしくお願いします。

次回へ続く

やっと登録変更・解除ページできました。
http://l-pocket.com/aoyamahanako/melmaga.html

==========

★編集後記

==========

元旦に急いで間に合わせた「ツイッターおみくじ」は、無事、動いているみたいで、ほっと胸をなでおろしています。
仕事を頼んだ企業さんの方もよくわかってなかったので、正直すごく心配でしたが、なんのトラブルもなくほっとしました。

数年挑戦し続けていた「初夢に狙った夢を見る！」という一見ばかばかしい目標！？も無事クリアでき、今年は楽しい年になりそうです。

夢って狙って見られるんだ！と驚いたアナタ、そうですよ。ついに5年がかりで成功しましたよ（笑）それはいったいどんな夢かって？
妄想がいっぱいの夢なんで、恥ずかしくて書けないです・・・・。

（青山　華子）

◇お問い合わせ・ご意見・ご感想はこちら
mail@l-pocket.co.jp

発行人：　青山華子

ブログ：　http://ameblo.jp/aoyamahanako/

Copyright (C) 2009 青山華子　All rights reserved

VOL.018

★┌─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┐
┃ブ┃ロ┃グ┃じ┃ゃ┃ん┃じ┃ゃ┃ん┃
└─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┘

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

「ツイッターをやった方がいいですか？」という質問を
最近よくもらいます。

ブログにも書きました
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10432136044.html

結論は、

「　あなたの目的と、ＩＴリテラシー次第です！　」

コンテンツがしっかりしたブログや本サイト、メルマガや
ＳＮＳ等との連携、またはお店やリアル活動と上手に結び
つけて活用するならば、かなりの効果を発揮するツールです。

更新もブログよりラクですし、時間もあまりかかりません。

あなたのブログがある程度、コンテンツもそろって軌道に
のっており、後は拡大するだけ。新しいものに抵抗が
あまりないし、ＩＴリテラシーも結構あるよ、

という場合、ぜひやることをオススメします。

ただ、一見シンプルで簡単そうに見えるツールだけれど、
ビジネスで使いこなすには奥が深いです。

合う合わないがわかれるので、やってみて判断してください。

●ツイッターで一体何ができるの？
●つぶやいた後はどうするの？

という超初心者の方は、内藤みかさんの本

「夢をかなえるツイッター」がオススメ
http://micamica.net/yumekanabook.htm

具体例も載っていますし、とてもわかりやすいです。
（あっという間に書店で売り切れ、増刷になったみたい）

★ブロガーのためのツイッター活用のポイント

を今、少しずつまとめているので、いずれブログの記事にも
していきたいと思います。

もうしばらくお待ちください。

◆ブログには書いていない私の 20 代の頃のがけっぷちな人生
……

ママチャリで日本一周している経営者の自転車旅さんの
ブログで連載中です。
……

◆100 人社長旅◆（6 人目）健康保険の履歴と合いません。
http://ameblo.jp/0903blog/entry-10429591243.html

◆100 人社長旅◆（6 人目）サバイバル能力を高めたい。
http://ameblo.jp/0903blog/entry-10429606747.html

◆100 人社長旅◆（6 人目）ある日、プツーンって全部切れ
http://ameblo.jp/0903blog/entry-10429623945.html

◆100 人社長旅◆（6 人目）29 歳から色々な流れが変わった。
http://ameblo.jp/0903blog/entry-10429634135.html

あまりにいろいろありすぎて、全部覚えてないんですが、
他の人が書いてくれた記事を見ると面白いですね～。

★こちらのメルマガは自社配信しています。
バックナンバーを送付希望の方は、お手数ですが
「バックナンバー○号を送ってください」とご記入の上、
⇒mail@l-pocket.co.jp へメールくださいね。

やっと登録変更・解除ページできました。
ちかぢかブログからもリンクするようにします。
http://l-pocket.com/aoyamahanako/melmaga.html

メルマガ解除は、こちらからできます。

==========

★編集後記

==========

先日、ツイッターで私のことを偶然見つけたと 10 年以上会って
なかった元同僚から仕事の依頼があり、ビックリ！
彼のあまりの見た目の変わりように 2 重に驚いたなあ。
いつのまにか妻子もいて、仕事がデキル男に変身しててさらに驚き！
歳月は、人をこうも変えるのか・・・。

最近毎日、ツイッターの本の原稿を必死で書いてます。
早く終わって【飲み会マーケティング】したい！
ツイ飲みが私を呼んでいる！？

私のツイッターはこちらです
↓　↓　↓
http://twitter.com/aoyamahanako

（青山　華子）

◇お問い合わせ・ご意見・ご感想はこちら
mail@l-pocket.co.jp

発行人：　青山華子

ブログ：　http://ameblo.jp/aoyamahanako/

Copyright (C) 2009 青山華子　All rights reserved

VOL.019　いいことも悪いこともやってくる

★
ブ	ロ	グ	じ	ゃ	ん	じ	ゃ	ん

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

季節はいつの間にかもうすぐ春。
私の苦手な「花粉症」の時期になりました。

前回の発行から随分時間がたってしまいましたが、
短い間にいろいろなことが起こっています。

◆不倫疑惑に妨害工作？まるで週刊誌みたい

私、「不倫疑惑」をかけられています（全くのデマですが）

「あなたが大嫌いです」というメールが毎日きます。
（ほとんどお子様レベル）

仕事に必要な情報を渡さない、そこの社員が一斉に有給を取るなどの
害工作？もされています。

某大手企業のお仕事を、ある会社さんにかわって弊社が受注することに
なったので、思いっきり嫌がらせされているようです。

もしかして某掲示板などに変な書き込みをされるかもしれませんが、
見てもスルーしておいてくださいね。

イマドキそんなことで仕事が取れるほど、状況は甘くありま
せん。それに私に会ったことがある人は知っているように、
不倫を持ちかけられるほど若くも色っぽくもありません（笑）

・・・ということで、全然ブログとは関係ない話しから
始めちゃってすみません。

が、せっかくの機会なので、「認知度が上がるということ」
について考えてみたいと思います。

◆いいことも悪いことも両方やってくる

いろんな人に知られると、確かに黙っていても様々な話が
持ち込まれてきます。

仕事の依頼だったり、コラボのお誘いだったり、セミナーの講師の依頼や、
不思議な依頼、単に「お会いしたい」というものから、恋愛のお誘い？や
意図がよくわからない相談まで本当にいろいろあります。

以前「成功曲線」の話をしましたが、ブログの影響力と同じで、
こういうのってじわじわと広がっていくわけではなくてある時、
ラインを超えると一気に来る波みたいのがあるんです。

私の場合、ブログを書いて3ヶ月目くらいから少しずつ反応は
あったのですが、ツイッター本の出版の話が決まってから、
問い合わせや依頼が本当に増えました。
毎日何かしらメールや電話が来ます。
全部いい知らせとも限らないのですが。

起業してから何年間もずっと露出をしていなくて
ブランディングも意識してやってこなかったので、
一気に周りの人の態度が変わると周りに飲み込まれてしまいそう、
と少し怖くなりました。

だってこの程度の露出でこうなんですから、
しかも自分はたいして変わっていないのに、です。

ブログや出版の力ってすごいものなんだなあと感じると同時に

☆「自分が譲れないこと」
☆「自分軸」をしっかり持っていないと

自分がだめになってしまうかも、と危機感を感じました。

そこで原点に戻り

◆何のためにブログを書いているのか

◆どんな人に何を届けたいのか

◆自分はどんな人というイメージを持って欲しいのか

をふりかえって見直してみることにしました。
どんな人も、状況が変わると少しずつブログの趣旨が
ずれていってしまうことがあります。

ブログの趣旨が違う方向に向かってしまう例と防止策 1
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10188396025.html
ブログの趣旨が違う方向に向かってしまう例と防止策 2
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10188399942.html

迷いが生じると不思議なほどにそれがブログにも表れてしまうもの。

3 月は、年度の変わり目。一つの節目でもあります。

この機会に、あなたも自分のブログのコンセプトを見直し、
もう一度原点に戻って、ブログを書く目的や、誰に何を届けたいのか、
見直してみてはいかがでしょうか。

■今週のつぶやき

社会に出たら平均点思考を捨てよう。毒にもならないけど、
記憶にも残らないなんてつまらない。
【いい人ね】って言われてもモテないし、仕事ができる人に
もならないよ。きっと。

今週一番ＲＴ（リツイート：他の人のツイッターで引用紹介
されること）されたのはこの発言。

==========
★編集後記
==========

弊社を信頼して仕事を依頼してくださった方のためにも、
本物のプロフェッショナルになりたいと決意しました。
誰が何と言ってもゆるぎない強い自分になりたいです。

メルマガも少しずつブラッシュアップしながら、
より読者のお役にたてるよう力を入れていくつもりです。
次回はブランディングやキャラクターについて書く予定。

もうちょっと発行ペースを上げていくようがんばります。

★私のツイッターはこちらです
↓　↓　↓
http://twitter.com/aoyamahanako

※フッター略。

VOL.020　告知から数時間で満席に！？

★┌─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┐
┃ブ┃ロ┃グ┃じ┃ゃ┃ん┃じ┃ゃ┃ん┃
└─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┘

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

午後にツイッターでイベントの告知をつぶやき、
夕方帰ってきたらもう満席になっていました。

女性限定のツイッターイベント（有料）だったのですが、
あっという間に 25 名以上に申込いただきましたので
現在、キャンセル待ちに変更しました。

ツイッターの威力にびっくりです@@

たった 120 字しか書いていないのに！

ところで、
前回は、物騒なことを書いてしまってお騒がせいたしました。
その件でたくさんの方からメールやメッセージをいただき
本当にありがとうございます。

メルマガやブログの読者の方の温かい気持ちを受取って
なんだかじ～んとしてしまいました。

■読者からのの質問

Q:「どうしてブログに本名や顔写真出さないんですか」

最近、ツイッター経由で新しい読者さんが増えているせいか
またこの質問が多くなってきました。

◆ビジネスでブログを書くなら本名と顔写真を出すこと

これはブログに限らず、メルマガでもツイッターでも大原則
です。賛否両論あるでしょうが、出しても問題ない人は、出
した方がいいです。
その理由は「信頼を早く担保できるから」

インターネットって誰が書いているかわからない怖さがあり
ますし、まだまだ「アヤシイ」って思っている人も多いもの。
以前、実際にどんな印象かわかってもらうために、パワーブ
ロガーの田渕さんのマネをして、1 日だけ

ゴミブロガーのクイーン hana ちゃん♪

というニックネームに変えてみたところ

「こんな変な人のブログ登録したかなとびっくりしました」
「誰かと思いました」
「全然印象違いますね」

とのメッセージをいただいたのですが、私のことを知って
いる人ならともかく、全く会ったことがない人がこの名前を見たら

「趣味でブログ書いているんだな」

と思われてしまうことでしょう。

私もそのことはよくわかっています。

でも、「仕事人」「ブロガー人格」としての私と、本来の自分を
分けたかったので、あえてビジネスネームを使うことにしました。

その際、ビジネスネームは、

できるだけ本名っぽい名前で、できれば運が良くて
「あ」で始まり（名簿の上に来るので）覚えやすい名前が
いいと思ったんです。

この名前は、堂々と名刺などにも書いて活動しています。

写真については、顔出しするメリットよりいろんな人に知ら
れる面倒くささの方が嫌だったので（ただのわがまま・・）
自分を認識してくれるアイコンかわりの「イラスト」にし、
信頼の担保は、別のことで補うことにしました。

ちなみに、月 100 万アクセスを集めるアルファブロガーの
コグレマサトさんやいしたにまさきさんも、
顔出しせずアイコンを使っています。

彼らは「同じアイコンをずっと使い続ければ信頼になる」と
ブログの中に書いていました。

ただし、

「一度決めたらころころ変えないこと」

が大事です。

一貫性がないと、なかなか覚えてもらえないからです。

最初の頃は、いくつか試してみてもいいですが、「これ」と
決めたらずっと変えない覚悟で使い続けましょう。

アイコンやイラストは「自分や自分のビジネスのイメージ」
が伝わるものにしてくださいね。

でも、一歩間違えるとこんな危険性も！？
↓　↓　↓
女性は顔出しした方がいいのかどうか
★写真による影響はあなどれない
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10255120296.html

ちなみに、

美人じゃないならメルマガ登録しない！
なんて方はど～ぞど～ぞメルマガ解除しちゃってください。

◆参考記事◆

ブログの鉄則をあえて無視する行動を取るなら（1）
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10376162639.html

ブログのブランディング 顔写真がない&本名を出さないと
ビジネスに不利？
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10241041987.html

認知を高めることとブログでの実験
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10386668877.html

■今週のつぶやき

他人に勝つより、自分に勝つ方が何倍も難しい。
敵は自分の中にいる。他人を羨んでいる暇があったら、
自分を磨くことに目を向けよう。

今週一番ＲＴ（リツイート：引用して紹介されること）
されたのは、この発言。

★私のツイッターはこちらです。フォローしてね！
http://twitter.com/aoyamahanako

==========
★編集後記
==========

最近、いろんな人から敵意を向けられているようだけど、
一度も会ったことないのに何故？と疑問に思う。

人のこと気にしている暇あったら仕事しろよ！と
言ってやりたい。

仕事で見返すしかないんだなと思い、仕事力アップに
燃えてます。青山華子 4.0 くらいになるぞ～！

※以下フッター略

VOL.021　ブログ離れは進んでいるのか

★┌─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┐
┃ブ┃ロ┃グ┃じ┃ゃ┃ん┃じ┃ゃ┃ん┃
└─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┘

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

◆ブログはもう古いんですか？

◆ブログは読まれなくなっていますか？

最近、会う人会う人この質問をしてきます。

ブログ離れ？　ツイッター効果
http://g-yokai.com/2010/03/post-209.php

などの記事で見られるように、
ブロガーの中でも話題になっているようです。

若者は確かに mixi からツイッターへ移っていっているみたいですね。

また米国ではブログ離れが進んでいるという報道もあります。

ブログファンの記事によれば、
http://www.blogfan.org/

アメブロのアクティブユーザー（毎日更新している人の数）
は微増しています。

◆昨日のアクティブユーザー数は、　354,811 人

ツイッターをやってからブログをやるとか、今からブログを
始めた方もいるので、ブログデビューした人が増えているの
かなという印象ですが、どのように入れ替わっているのかは
この数字だけではわかりません。

某調査によると、ツイッターをやっているブロガーの
ブログの更新数が落ちているというのは本当みたいです。

特にヘビーユーザーがツイッターに移行していっていらしい。

私の周りのブログ＆ツイッターユーザーは、

◆ツイッターでブログの更新を知り、ブログにアクセスする
というパターンになりつつあります。

実を言うと私もそうです。

ブログ記事のコメントも、ブログじゃなくてツイッターに書く
人が増えましたし。

ただ、

ツイッターをやることでブログをほとんど書かなくなってしま
うのは、主に【日記系ブロガー】に多いように思います。

ツイッターは気軽につぶやけるのがメリットなので

◆今日、どこへ行った、何を食べた

◆誰と会った

◆こんなニュースがあるよ

みたいな、中身の薄い記事を吸収しているのでしょうね。

趣味系の人は、どちらかしかやらなくなり、

ビジネス系のブロガーは、
どちらも共存していく形になると自分では思っています。

ただし、ビジネスで本当に結果を出すためには、
ツイッターだけでは弱いです。

やっぱりブログがあってこそツイッターが活きてくるのは
間違いないです。

さらにメルマガも加えると最強のツールになるでしょう。

そんなにたくさんできないよ、という方もいると思いますが、
私はあんまりツイッターに時間をかけないようにしていて、
セミナー前後は時間が増えますが、
普段は 15 分くらいしかやっていません。

それでもブログとの連動効果はすごく高いので、
もし抵抗ない人はやってみることをオススメします。

ツイッターは、極めるとすごい時間がかかるのですが、
ポイントを絞っていけば、そんなに難しくありません。

◆ブログでもツイッターでも必要なこと
◆真っ先に手をつけるところはどこか
◆ツイッターとブログの効果的な使い方

については、明日の商工会のセミナーでお話しします。

==========

★編集後記

==========

どうして不倫騒動のことを自分から言いふらして！？いるのかと知人に聞かれました。昔、会社員だった時も「上司と不倫してる」という噂が流れ、ばかばかしいので無視していたら「否定しないのは本当だからだ」と思われて、面倒なことになった苦い経験があるから。それと私が言うより先にもし掲示板等に書かれたら本気にする人がいたら困ると思って。

メルマガは無料ですか？登録ページがアヤシイ。ブログのイラストを顔写真にした方がいい、ブログにもっと実績を載せた方がいい、スキンを変えるべき、タイトルが悪い etc。

いろんな質問やご意見ありがとうございます。

全て受け止めて改善すべきものは順次変えていきます。

でも、私なりの理由があってやっているものもあるので、
やめないものもあります。
あわないと思ったら解除してくださいませ。

ツイッターイベントやセミナーが続いていましたが、4、5 月は本気の人のためのブログセミナーをやるので、
近いうちに案内しますね。

※フッター略。

VOL.022　ブログで集客するには

★

ブ	ロ	グ	じ	ゃ	ん	じ	ゃ	ん

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

今日は問い合わせが多かった「集客できるブログ」
について書きたいと思います。

その前に、

【なぜ、新規のお客様はあなたのセミナー・イベント等へ来るのか】

あらためて考えたことはありますか？

実は「集客できるブログセミナー」でも
必ずこの質問をするのですが、全部答えられる人はほとんどいません。

たいていは、

◆内容に興味があるから
◆講師が気になるから

くらいしか思い浮かばないようです。

私が勝手にまとめた＜集客できる 5 つの理由＞

それは以下の 5 つです。

1・あなたに会いたい、興味があるから

2・あなたが提供する内容・テーマに興味があるから

3・そこにいったら○○な自分になれそうという【期待感】があるから

4・そこにいったら味わえそうな雰囲気に興味があるから
（楽しそう、ためになりそう、わくわくしそう　など）

5・そこで出会える人たちとの交流・人とのつながりを期待して

集客に苦戦する人はたいてい「2」ばかりに目がいっています。

確かに「どんな内容・テーマ」なのかは非常に重要で、
内容の質を高めることは基本中の基本。

でもそれだけで人が集まるかというと、
残念ながらそうはならないことが多い。

それは、どうしてかというと、人には

◆表に見える欲求
◆裏に潜む欲求（自分では気づかないことも）

があり、たいてい集客できる理由は１つではないからです。

ちなみに、告知内容により反応する人も変わってきます。
強調することが、左脳的要素/右脳的要素で試した場合、
だいたい以下のようになりました。

◆左脳的要素⇒数値、明確な効果、論理性、信頼性

→勉強や本好きな人、効果重視、主に男性が反応

◆右脳的要素⇒感情、感覚、視覚的なもの

→楽しいことが好きな人、心の満足度重視、主に女性が反応

金額によっては「1」だけで人が集まることもあるし、
「5」だけで人が来ることだってあります。

そして、1-5 はブログを使って上手に記事を「魅せて」いく
ことによってかなり確率を上げることができます。

実は、先日、「ツイッター&ブログＷＥＢ集客法」という
セミナーがあったので、その集客で試してみたのです。

あえてあまり中身についてはふれずに、
ブログとツイッターで 3-5 の要素を伝えていったらどうなるのか。

もちろん金額が手頃だったというのもありますが、

当初 50 人の予定だったセミナーに、135 名（確か）の申込、
参加したのは 120 人強でした。

参加率もいつもより高かったようです。

さらに、

今回、ツイッターを使ってセミナーの様子を「ライブツイート
（実況中継）」し、ハッシュタグというものを使って
「今を共有する方法」を実感してもらおうと、
セミナー主催の商工会の担当者にお願いして協力してもらいました。

参加者のみなさんの声をまとめたのがコレ
↓　↓　↓　↓
http://togetter.com/li/10186

このページも 3 日間で 715view 見られていました。

セミナーに参加できなかった方や、

パワーブロガーの田渕さん
http://twitter.com/arienaikasegika

ツイッターの達人で小説家の内藤みかさん
http://twitter.com/micanaitoh

なども途中から参加して盛り上げてくださいました。

回線の都合で ustream を使っての動画配信はできなかったので
すが、今後、ツイッター+ustream でセミナーやイベントを
リアルタイム配信するというスタイルはどんどん増えていくはず。

※Ustream とは 2007 年の 3 月に設立されたアメリカの動画共有サービス

例えばこんなイベントなども
↓　↓　↓　↓
Twitter と USTREAM による革命的なライブが話題に！
http://news.mu-mo.net/view/6005

もちろん内容が興味深ければ、の前提条件付きですが、

この方法は、自然と「お客様の生の声」も集まるし、
上記の要素の 1-5 全てを満たすことになるので
とっても理にかなっていますよね。

私も今後は積極的にとりいれていく予定です。

ブログ集客について続きはまた次回に♪

詳細・お申し込みはこちらから
↓　↓　↓
http://ameblo.jp/tensai-kojo/entry-10484871204.html

★こちらのメルマガは自社配信しています。
バックナンバーを送付希望の方は、お手数ですが
「バックナンバー○号を送ってください」とご記入の上、
⇒mail@l-pocket.co.jp へメールくださいね。

==========
★編集後記
==========

相変わらずお会いした方々から「イメージと違った」
「顔出しした方がいい」「本物の方がいい」
「イラストがあやしい」「がけっぷち」を変えた方がいい等の
アドバイス、メッセージ等をいただきます。

セミナーあまり期待してませんでしたが、想像以上に良かった
とのお礼メールもいただき、心中複雑です（笑）

別の方からは「ブランディングしましょう」
「ブログをかっこよくしてデザイン変えましょう」との
お申し出まで。

アドバイスはとてもありがたいのですが、今のところ
興味ないのでお気持ちだけありがたくいただきます。

時期が来たら真剣に検討しますのでその時はよろしくお願いします。

◆コンサルティングやコンテンツ製作、コラボのお問い合わせも
いくつもいただいておりますが、あまりたくさん予定を
いれられないため、相手を選んでいます。順次、お返事して
おりますのでしばらくお待ちくださいませ。

メニューを作ろうと思いつつ、ほったらかしにしていて申し訳ありません。

◆本気の人のためのブログセミナー（たぶんこのシリーズは
これで最後のセミナーになる予定）を 4/24・5/22 に予定
してます。近日、告知開始しますのでお待ちください。

◆飲み会の企画を早く！⇒いろいろ考えてます。
もうちょっと待ってくださいね。
◆説教セミナーやスパルタ合宿はまだ？
⇒本当に申し込む人がいるのなら喜んでやりますとも。
　経営者って「M」の人が多いんですね。

「ビジネスついったー」のグルっぽが、984 名になりました。
1000 人まであと少し！

まだ登録していない方はぜひグルっぽへ参加してくださいね
　　↓　↓　↓
http://group.ameba.jp/group/8oyh9nUBD4md/

★私のツイッターはこちらです
　↓　↓　↓
http://twitter.com/aoyamahanako

※フッター略。

VOL.023　お客様はどこからやってくるのか

【パワーブロガーへの道】

★┌─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┐
└ブ┴ロ┴グ┴じ┴ゃ┴ん┴じ┴ゃ┴ん┘

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

私がかかわってからなんと 5 年以上もコンサルティングを
継続してくださっている地方の小さな企業さんが、
先日 50 周年を迎えました。

あまり詳しくは書けませんが、飲食業・宿泊施設・宴会場・
お土産品の販売などがメインの会社です。

100 年に 1 度の不況、従業員やお客様の高齢化、原材料の高騰、
後継者問題、などなど、本当に様々な問題がありましたが、
それを乗り越え、順調に売り上げを伸ばし、新店舗をＯＰＥＮ
されたようです。

私がお手伝いしたことは、コンサルティングというよりは、
戦略立案＋営業代行に近いのですが、この会社さんもブログ
営業をとりいれています。

ブログといってもアメブロなどの無料サービスのものでは
なく、正確には「ブログ型ホームページ」を使っているのですが。

【集客】を考える時、

◆お客様はどんな方々で、
　どこから何を見てやってくるのか

をもう一度原点に戻って考える必要があります。
仮に、もしあなたのお客様の層がブログやメルマガなどをほと
んど見ない層であるならば、検索エンジン対策をするよりも、
もっと別のことをやった方が効果的なこともあるのです。

ちなみにこの会社の場合、ほとんど検索エンジンからお客様は
来ません。お客様の年齢層が高く、団体客が多いため
やったことは以下のようなことです。

1・市役所（観光案内所）の「オススメ」ページの１番上に紹介
してもらえるように仕掛ける（ブログ型ＨＰへリンク）

2・団体のお客様を紹介してくれる人を絞り込んで、その方々の
媒体で確実に紹介してもらう

3・ある企画でプレスリリースを打って地元の新聞や雑誌に
定期的にとりあげられている

4・特定の企業への販促活動

5・ブログでやっているのはリピーターの来店促進

特に「1」「2」だけで年間の 60-70%売上を確保しています。

ブログは、ただ記事を書いていればいい、
アクセスアップすれば儲かる、というものではありません。

もし、あなたが集客でつまづいているのなら、
もう一度、初心にかえって

◆お客様はどんな方々で、
どこから何を見てやってくるのか

をよく洗い出してみることをオススメします。

ブログの使い方・効かせ方は、直接的なものだけではなく、
間接的に効果を出すという方法もあるので、
アクセスアップだけに躍起になるのではなく、
やるべきことをやっていきましょう。
場合によっては、ブログは週１回くらいの更新にして、
別のことを組み合わせた方が効果がある時もあります。

続きはまた次回に♪

■□今週のつぶやき

前向きな言葉を投げかければ前向きな人が集まる
嫌みや愚痴ばかりつぶやいていればネガティブな人が集まる
あなたの選ぶ言葉によって集まる人も変わってくる
どうせならツイッターで良い循環を起こそう

今週一番ＲＴ（リツイート：引用して紹介されること）
されたのは、この発言。

★私のツイッターはこちらです。フォローしてね！
http://twitter.com/aoyamahanako

★こちらのメルマガは自社配信しています。
バックナンバーを送付希望の方は、お手数ですが
「バックナンバー○号を送ってください」とご記入の上、
⇒mail@l-pocket.co.jp へメールくださいね。

==========
★編集後記
==========

昨夜、久しぶりに「わくわくパワーブロガーの会」のみなさ
まと楽しく飲み、ブログ＆ツイッターの裏ワザの情報交換や
ブログ恋愛や胸の話などで盛りあがりました。

ブログを通じて素敵な出会いが広がることに感謝の毎日です。
今日の夜も、ツイッターイベントに乱乳予定。
人に会うと刺激を受けてアイディアも浮かぶし、読者や
フォロワーも増えて一石二鳥ですね。

本文にも書いたことの補足。私があまり検索エンジン対策
を意識していないのは、私のお客様のほとんどが、仕事を
依頼する時、ネット検索では探さないのをよく知っているから。
だから「キーワード」より「1度で覚えられること」を
重要視しています。どうやって企業から仕事をとっているの
か聞かれることが増えたので、いつか別の機会に書いていこうかと
思っています。

◆「わくわくパワーブロガーの会」にどうしたら入れるのか
入会する基準は？とよく問い合わせをいただきますが、
この会は定員に達しましたため、現在、募集を行っておりません。
どうぞご了承ください。

※フッター略。

VOL.024　顧客心理をつかめる人は、集客できる

【パワーブロガーへの道】

★
┏━┳━┳━┳━┳━┳━┳━┳━┳━┓
┃ブ┃ロ┃グ┃じ┃ゃ┃ん┃じ┃ゃ┃ん┃
┗━┻━┻━┻━┻━┻━┻━┻━┻━┛

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

「ブログやメルマガをこんなにがんばっているのに
集客できない」と相談してくる人がいらっしゃるので

どうしてなんだろう？とその方のブログやメルマガを見てみると

全く的外れなことを書いていて、ちっともお客様の心に
響かないメッセージを送っていたり

「お客様の知りたいことはそれじゃないんだよな～」
と感じることが多々あったりします。

ＮＯ22 でも書きましたが、

「お客様はなぜそこに来るのか」
「なぜ買うのか」

案外この理由をわかっていなくて、

なんとなく記事を書いているか、かんじんの
セールスポイントがずれているということがほとんどです。

これは、私が第三者目線で見ていて、その分野の素人
だからわかることです。
◆「人のことはよくわかる」

とは本当に言い得て妙で、
他人のダメなところはよ～く見えてしまうのです。

例えば、一例をあげると占い師とかセラピストやカウンセラー系の方。

ノウハウ書いてもあまり集客できません。

ノウハウを読みたいのは、マニアかその職業になりたい人
だけで、お客様は正直、ノウハウにはそんなに興味がないのです。

相談業の方が、ノウハウ(コンテンツ）ブログにすると、
教材は売れる可能性はありますが、
集客はできなくなっていくので注意が必要です。

お客様がお金を払ってまで知りたいのはただ一つ

「どうしたら自分が幸せになれるのか」

という漠然としたものの答えです。

中には

「どうしたら 30 歳までに医者と結婚できるのか？」等の
明確な相談をされる方もいらっしゃいますが、

目の前の相談がたとえ具体的なものであっても、
心の奥にある願望は

「どうしたら自分が幸せになれるのか」

ということなのです。

なので、記事は、その気持ちに沿って

・事例やお客様の声
・幸せになる方法やヒント、考え方
・ちょっとしたアドバイス
・ビフォアアフター
・あなたのポリシー
・相談したくなるようなキャラクター設定
・ほっとできる記事
・時には感情をかき立てる記事

などを盛り込む必要があります。

お客様が言って欲しい言葉、憧れの姿、なりたいイメージ、
共感してもらえる言葉に敏感になると

自然と集客できる記事が書けるようになります。

お客様は

「どういう人で」
「なぜそこに来るのか」

あなたは、ちゃんとわかっていますか？

→次回へ続く

■□今週のつぶやき

もうお客様はターゲットではなくて
パートナーと考えるべき ＃　asken901

今週一番ＲＴ（リツイート：引用して紹介されること）
されたのは、この発言。

ホテルサンルート札幌の担当者さんのセミナー内での
言葉です。

★私のツイッターはこちらです。フォローしてね！
http://twitter.com/aoyamahanako

★こちらのメルマガは自社配信しています。
バックナンバーを送付希望の方は、お手数ですが
「バックナンバー〇号を送ってください」とご記入の上、
⇒mail@l-pocket.co.jp へメールくださいね。

==========
★編集後記
==========

ブログをプチリニューアル中です。時々変な画面が出たり
することがあるかもしれません。

メルマガ登録フォームを、記事内とメッセージボードに
設置したら、１日で何十件も登録者が増えました。

やっぱり集客できる記事を書く場所は、1・記事内、
2・メッセージボード、3・サイドバー左上の部分、4・ルーム上部
だなあと感じています。

◆4/10 のツイッターセミナー、本当は違うことを話すはずだった
のに、主催者の要望で私の担当は「ツイッター人脈術」になって
しまいました。

私のしゃべることの中に、下記のものがあるんですが、
これってツイッター+「アナログでの営業術」で
どちらかというと、ツイッターでどうのっていうよりも
【営業】の話だと思うんだけど・・・。
●有名人とつながるには？
●一流社長とつながるには？
●社長とのアポ取りの方法は？

私の持ち時間は１時間なので、何をどこまで話そうか
ものすごく悩み中です・・・。どうしよう。。。

※フッター略。

VOL.025　仕事を依頼する側がチェックしていることとは

【パワーブロガーへの道】

★
┌──┬──┬──┬──┬──┬──┬──┬──┬──┐
│ブ│ロ│グ│じ│ゃ│ん│じ│ゃ│ん│
└──┴──┴──┴──┴──┴──┴──┴──┴──┘

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。ブログアドバイザーの青山華子です。
４月になり、桜が美しい季節になりましたね。

このところ「こんな人いない？」と知り合いの企業さんから
聞かれることが増えてきました。

デザイナーさん、イラストレーターさん、ライターさん、
講師ができる人、イベントのゲスト、企画・制作できる人、
などなど募集している人は様々ですが、そんな方ってアメブロ
にもいっぱいいるじゃないですか・・・とふってみたんですが

企業担当者の方は、渋い顔・・・。

そして一言

◆ほとんどがチェックポイントを外している

との衝撃的！？な発言

では、御社の「外注する時はずせない条件」とは何ですか？と
掘り下げて質問していったところ

出てくる出てくる・・・「こんな人が欲しい」という
条件・チェックポイントが！

あまりにきりがないので、ヒアリングをして

Ａ：絶対はずせない
Ｂ：あったらいいな
Ｃ：理想だけどなくてもよし

という風にふりわけて整理してみました。

がぜん興味が湧いた私は、中～大企業担当者に
この項目をもとに、A-Cまでをつけてもらって
100 社に独自アンケートを行いました。

すると、面白いことにほとんどの企業が同じような回答をしたのです。

大まかにまとめると

1・信頼性

・きちんと納期・時間を守るか←出来てない人多し
・誠実さ・素直さが感じられること
・仕事のクオリティや作風が基準に達しているか

2・コミュニケーション能力

・相手の話をよく聞く
・質問内容をきちんと理解しようとする姿勢がある
・的確に質問に対し回答すること
・独りよがりに解釈しないこと←こういう人多し
・挨拶がきちんとでき、相手が年下でも敬語を使うこと

3・能力

・一般常識、ビジネスマナーがある
・仕事に対する意欲があること
・真面目で責任感があること
・肉体的健康＆精神的健康
・協調性がありチームで仕事する意識があること
・一定のスキル

+金額などの条件面
などがあがってきたのです。

上記をどこで見破るか？というと「主に文章」とのことで

・ルームや自己紹介ページ
・ブログの文章
・メールのやりとり

でほぼわかってしまうとのことでした。

これってよくよく見ると「当り前のことばかり」ではありませんか？

でも、ある担当者と実際にブログをランダムに開き、
チェックポイントを一つ一つ聞きだしたところ

　○○がない
　△がだめ
　□が惜しい

　この人なんかはこれがいいのに
　この点が惜しいよね・・・・

と、　　！！！

なことばかりだったのです。

確かに、それは私も感じていたけど、やっぱり
そうだったんだ～、と思いました。

逆に言うと、企業からお仕事をもらいたい場合、
チェックポイントを改善したらぐっとその確率があがるということです。

これは何も発注主が企業ではなくて個人であっても
そんなに変わらないことではないでしょうか。

せっかくなので改善ポイントをまとめて、今後の
仕事にも活かしていこうと思っています。

→続きは次回に

★こちらのメルマガは自社配信しています。
バックナンバーを送付希望の方は、お手数ですが
「バックナンバー○号を送ってください」とご記入の上、
⇒mail@l-pocket.co.jp へメールくださいね。

★バックナンバーを請求いただいた方へ

→順番に送っておりますのでしばらくお待ちください。
　お待たせして申し訳ありません。

==========
★編集後記
==========

◆自分のブログもなんとかしなくちゃ

えらそうに書いている割に、自分のことは後回し！なのが
なさけない・・・。
問い合わせがあった方にはメニュー表や企画書を送付して
いましたがダウンロードできるようにＧＷ中には変えたい。
決して私のブログのデザインを参考にしないようお願いします。

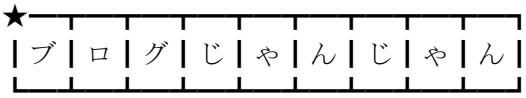
◆すっぽんや蛇の粉などすごいものもらっちゃいました

体力がない！とぼやいている私のために、某知人からは
加納姉妹も飲んでいるという「すっぽんのスープ」、
別の知人からは「蛇の粉」をいただきました。サプリの
会社に勤めている知人からは滋養強壮に効くという「マカ」
を、そして別の方からもらった飲み会対策「うこん」・・・
私の自宅の冷蔵庫は、おそろしい状態になっています。
「働きマン」の松方を笑えないかも！？

※フッター略。

VOL.026　こんな〇〇には仕事を頼まない

【パワーブロガーへの道】



http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

前回の続きをお届けします。

企業担当者A川さんが、仕事を頼む際にチェックしているポイントとは！？

青山：実際にお仕事依頼しようとする時は、
　　どうやって人を探すんですか？

A川：だいたいが紹介。「こんな人いない？」って知り合いに聞く。

青山：基本ですよね。紹介で見つかりますか？

A川：だいたいね。それでも紹介者のことは、ＷＥＢ、名前検索、
ブログがあればブログ、メルマガ等を事前にチェックする。

青山：検索エンジンなどで探すことはありますか？

A川：いやほとんど探さない。クリエイター系なら
　　楽天ビジネスとかマッチングサイトの方がいいし、
　　講師ならオールアバウトみたいなサイトを見る。
　　検索は最後の手段だね。どうしても見つからないとか
　　急いで何人もいる時とか。

青山：どこかで会った人の名刺を取り出して連絡することは？

A川：う〜ん名刺ながめて思い出せる人ならそれもあるけど
　　ほとんどがこの人誰だっけ？という感じだから。

青山：売り込みに来た人に仕事依頼したことはあります？

A川：いいと思った人に声かけたことはあるかな。

・・・という感じで会話は続いたのですが、要点をまとめてみますと

■ブログを何ヶ月も更新せずほったらかしのままはＮＧ！

→これは非常に印象が悪い。更新してない＝ビジネスうまく
いっていないか、辞めちゃったの？と思われる。

信頼性という意味でも「納期を守れるか不安」
「いつも適当な仕事してるんだろう」という印象を与える。

放置するくらいなら、いったん終了させるか、「こういう
理由でしばらくお休みしています」って書いておかないと。

■ＷＥＢやブログ、検索で何を見るんですか？

→その人の評判や周囲からの評価。実績。
クリエイター系なら「作品集」「サンプル」
見やすくわかりやすいところに公開しておけばいいのに
ほとんどがどうでもいい記事は書くけど、かんじんの
過去の作品が整理されてないのが残念。

あとは金額の目安。価格表などがきちんと書いてあって
どれくらいで完成するかがわかるともっといいかな。
ホームページへのリンクでもいいけど。

問い合わせ先がわかりにくいのもＮＧ.
問い合わせフォーム設置するかメールアドレスを
すぐわかるところに書いておいて欲しい。

あと、その人が何ができるのか具体的に書いていないのに
「なんでもお気軽にお問い合わせください」とか書いている
のを良く見かけるけど、問い合わせするわけないよね。

頼む方も暇じゃないんだからその辺はもっと工夫して欲しい。

■名前が「なんとかママ」はＮＧ！

→名前と顔写真は絶対にチェック。まず名前だけど
「たくちゃんママ」とか「幼稚園ママ」みたいな
「なんとかママ」って多いけど、俺は絶対仕事頼まない。
仕事人としてのアイデンティティより「母」「家庭」を
強調するのはプライベートブログでやるにはいいけど
企業から仕事とりたいならマイナス。絶対にやめること。

同様に、自己陶酔系のニックネームや意味不明な肩書も
あまり印象は良くない。実名か実名に近い名前にすること。
もし本名出すのが嫌なら作家みたいに「ペンネーム」で
実名みたいな名前にすればいいのにと思う。

■写真は真っ先に確認する

→写真見ると結構いろんなもの見えてくるよ。

ツイッターだったら「初期設定の鳥の写真」、
ブログだったら「no foto」これはＮＧ。ありえないね。

広報としてブログをやってるなら、それは履歴書と同じ。
履歴書に鳥の写真を貼ったり、自分のペットの猫や
子供の写真貼って出したりしないでしょ。
仕事とりたいなら堂々と写真載せるべき。
だめならせめてイラストとか似顔絵。

■独りよがりに解釈しないかどうか

→自己紹介や文章を読めばだいたいわかる。

相手のことを考えていない自分主体の文章はＮＧ.
文章が、客観的に書かれていないとか自分語りとか。

それと、最低限の一般常識があるかどうか、適切な
文章が使えているか。ちいさい文字（ギャル文字って
いうんだっけ？）「ぁたし」とか使っていたり
「そうゆう」「そ～ゆ～」みたいなのもだめ。

う～ん、他にもいろいろと細かいことをびしびしと指摘
してくださいましたが、全部納得できることばかりです。

私のブログセミナーでもより詳しく説明してますが、
ほとんどの方が指摘しても１度や２度ではなおりません。

直して、考えて、直して・・というプロセスが必要なようです。
さて、あなたのブログは大丈夫でしたか？

→続きは次回に

==========

★編集後記

==========

◆選ばれる理由　ツイッターで

メルマガもツイッターもブログも、今後、「読まれる人」と
「読まれない人」の格差が広がっていくと思う。そのヒント
がこの記事にあるので、「推薦する理由」を良く読んでみて
ください。集客のヒントになります。
↓　↓　↓
http://ameblo.jp/kobeweb/entry-10496073565.html

◆コミュニケーションマーケティングの時代？

カンバセーションマーケティングともいうそうですが、これからは、
「お客様と対話しながら」モノを売る時代になっていくそうです。
なんとなく納得。

◆ツイッターであっという間にいろんな人とアポイントが！

えっと驚くような人からも連絡をもらい、びっくり！
今は「ツイッターでアポとり」が流行ってるの？

◆すっぽんと蛇の粉飲んでみました

思ったより飲める！　だけど、
こんなすごいものを飲んでいる女と仲良くしたくない！と
ある男性に言われショック・・・

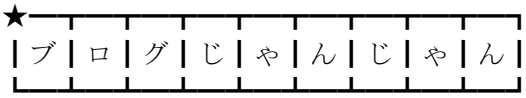
確かに、ちょっと怖いよね（笑）

※フッター略。

VOL.027　変わる参加者意識とブログ・ツイッターの効果

【パワーブロガーへの道】

★



http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

少し前、「野村総合研究所」のＹさんにブログやツイッター
などのメディアの使い方についていろいろ教わっていたところ

「現代の聴衆（情報を受け取る側）は、受け身ではない！」

という言葉を強調されていました。

★今までの広告のような「一方的に伝えられる情報」に飽き飽きしている

★参加欲求が高まっている

★「つながり」「交流」を求めている

★自己表現したいという欲求がある

これらの特徴は、自分の媒体（メルマガ、ブログ、ツイッター、
ＳＮＳ、facebook 等）を持ち、自分でも何らかの情報発信をしている
人ほど顕著である、というデータがあり、

インターネットでこれから求められるのは、

「一緒に」「共有感」「一体感」「参加型」「双方向」

今までのように１対１ではなく１対N(多数)、Ｎ対Ｎの
コミュニティ型が指示されていくだろうとのことでした。
これには私も同感です。

これらの要素を上手にブログとツイッターを使って
「魅せて」（←演出）いくことで、口コミが自然発生し、

そこに人が集まってくる→集客ができる、ということだと。
去年、ブロガーを 150 人以上集めるアメブロガー限定のイベント
をやった時、ツイッターはありませんでしたが、同じような
コンセプトで集客記事を書いていきました。

◆集客のプロセス
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10372195864.html

実況中継型で、見る人を「巻き込んで」盛り上げていく
記事の書き方、魅せ方の例として、私の「実践ブログセミナー」
の中でも詳しく紹介した記事です。

これからは、

集客には【つながる力】【巻き込み力】が必要になる！

というのが私の考え。

マーケティング用語で言うと、

◆カンバセーションマーケティング
（お客様と対話しながらマーケティングしていく）

が主流になっていくということなんでしょうね。

→次回に続く

==========
★編集後記
==========

◆もう少しで勉強会をすっぽかすところだった

今日、予約していたのをすっかり忘れ、るんるん気分でお風呂
に入っていたら、ふと思い出した！あっ！セミナールーム予約
していたんだった！と。

あわてて記事を書き、メルマガを出し、ツイッターにも募集
を流したところ、すぐに 10 名以上のお申し込みが！

2人くらいしか来ないかも、と思っていたので、とってもうれしいです。参加してくださった方、今日の夜お会いできますね。

◆そろそろ「がけっぷち」や「あやしいイラスト」やめれば？

やめませんよ。だって「がけっぷち」は私の合言葉ですから。昨日、電車内のつり広告に「崖っぷち女子アナ」って記事があって思わず目が釘付けになったくらいに。

◆バックナンバー希望者からたくさんメールが来たのに・・・

そんなに来ないだろうと思っていたら、予想以上にたくさんの方から「バックナンバー送って欲しい」とメールが届き、まだ全員に送れていません。GW中には整理して一覧を見られるようにしたいと考えています。いろいろ遅くなってスミマセン。

◆5月、あの方とイベントやる予定で動いています！

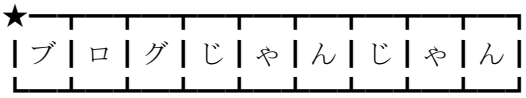
メンバーの飲み会兼交流会をどうしようか考えていたところツイッターの有名人の○○さんが、「予定さえあえばＯＫ」と承諾してくださったので、話し進めています。

今週末には告知できると思いますので、飲み会と交流を楽しみにしているあなた！メルマガを見逃さないでくださいね。

※フッター略。

VOL.028　濃い読者ってどこまでをさすの！？

【パワーブロガーへの道】



http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

先日、ある人がした質問。

「濃い読者ってどこまでのことをさすんですか？
　自分は、読者登録するべき対象者がわかりません」

注：アメブロでは「読者登録」という機能がありここではそれをさします。

ん～この発言は、

「私は、自分のビジネスの見込み顧客、順見込み顧客が
　どんな人なのかわかりません」

と言っているのと同じ、という意味わかっていますか？

でも、同様の質問をされることがよくあります。

そんな時、私がススメているのが

「○△×理論」

○　どんぴしゃな対象者、今すぐ欲しい人・興味ある人

△　ゆるい対象者　今すぐは買わないけれどいずれ欲しい

×　対象外　今もこの先も買わないだろう・興味なし
○、△は読者登録するけれど、「×」の人は追いかけない。

「×」の人に興味を持ってもらい、買ってもらうのって至難の業なんです！

時間も労力もかかるし、そこまで持っていくのは大変。

仮に、あなたがアウトドアグッズを売っているとして

「オウチにいるのが大好き」なゲーマーの人をキャンプ等に
興味を持ってもらい、アウトドアグッズを購入しようと
ページを見てもらうのに、どれくらいのハードルがあると思いますか？

私なら「×」は追いません。

無理に興味のない人を追いかけるより、確実にニーズがある人に、
上手にＰＲした方が確率が高いので。

ところが、自分では気づかずにこの行動をしちゃっている人が
少なくないのですよね。

例えば、あなたは独立したての税理士さんだとして、

この「○」「△」「×」にはどんな人が入るでしょうか？

私だったらこんな風に考えます。

（あくまで私見ですので参考までに）

○→中小企業の経営者や開業したばかりの人でエリアが
範囲内の人、副業で儲かっている人（株や不動産投資など）
個人事業主でこれから法人成りしようとしている人。

△→これから独立しようと勉強中の人、
エリアが遠い同業者、司法書士、社労士、中小企業診断士など。
開業支援をしている人。
（紹介があるかもしれないので）
税理士さんを目指す人（セミナーの対象者になるかも）
×→上場を目指して監査法人をいれているような企業や
従業員 1000 人以上とかの大企業
（そもそも個人の税理士さんに仕事は頼まないはず）
税務とは関係のない人。エリアや業務がかぶる同業者。
家族に税理士さんがいる人。

よくよく考えればもっとあるかもしれません。

あまり考えずに、同業者ばかりに読者依頼をしたり、
誰でもいいから有名な人にアプローチしたりする人がいますが、
見込み客になるかどうかという観点からみると「？」ですよね。

ここまで説明すると「なるほど！」と言ってもらえるのですが、
だいたい次の質問が来ます。

「では、それをどうやって見分けるのですか？」

なんでも人にすぐ聞かないで少しは頭使って考えなさいよ！と
私の師匠なら一喝するでしょうが、私はヒントをお伝えします。

チェックポイントは、

☆ブログのカテゴリやジャンル
☆ルーム、プロフィール、ブログタイトル、説明文
☆ニックネーム
☆記事内容、使っている言葉
☆その人が所属しているグルっぽ

からいろんなことが見えてきます。

同じ属性の人が集まっているところがあるので、
そこを見逃さずチェックすると、見込み顧客が固まっている場所が
たいていあるのです。

地域、趣味、年代、分野、思考、業種など。
そして、ある程度の「数」になるまでは、「質より量」で
行ってください。

読者登録ならせめて 500 人くらいまでは、多少薄い属性の人でも
いいので、読者登録してしまいましょう。

最初から「○」ばかり効率良く集めようとしても、難しいのです。

ですから、数が少ない段階では、「△」の人まで幅を広げて
アプローチするようにしていきましょう。

→次回に続く

==========
★編集後記
==========

◆ありえない検索キーワード「がけっぷち」

私のブログの検索キーワードは、1位が「青山華子」
2位が「がけっぷち」です、と言ったらＳＥＯの達人で
「アメブロだからできるパワーブロガーになって夢を叶える方法」
著者の中嶋さんにウケました。

ＳＥＯ的には「ありえないキーワード」らしいです・・・。
確かに、そうかも（笑）

※フッター略。

VOL.029　出版で集客力はどう変わるのか！？

【パワーブロガーへの道】

★┌─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┐
└ブ┴ロ┴グ┴じ┴ゃ┴ん┴じ┴ゃ┴ん┘

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

先日、やっと私の始めての本

「はじめてのツイッター入門【決定版】」が発売になりました。

まだ並んでない書店もあるようですが、今日あたりから
そろそろ入荷されるようです。

私と内藤みかさんの対談音声やツイッター使いこなしのコツを
目的別にまとめたＰＤＦ等の特典がもらえる上に、抽選で
様々なプレゼントが当たるキャンペーンをＧW空けくらいに
やりますので、よかったらその時に買ってくださいね。

◇◇◇

24（土）に「集客できるブログセミナー」を開催したのですが、
懇親会の席でこんな事を聞かれたのです。

「出版すると集客力はあがりますか？」

私自身は、本が発売されたばかりなので、具体的に数値を
示して説明するにはまだデータが足りません。

これから記録しておこうと思います。

ただ、本が出るよ・・という話が広まって随分変わりました。

今のところの変化は

・商工会からセミナー依頼（6/2 にもまたやることに）
・企業からツイッター導入研修の依頼
・全国からツイッターセミナーの依頼

等、やたらセミナーの依頼が増えました。
すでにもう何回かセミナーは終了。

・仕事の問い合わせや依頼の増加。
いくつかは契約に至る。
（企業、個人とも）

・ブログの新規アクセスが増加、読者微増。

・ツイッターのフォロワーが増えた。

・やたら「先生」と呼ばれることが多くなった。
（内心、あまり嬉しくない・・）

・自分の主催イベントやセミナーなどの集客の
スピードが速くなった。

など、いろいろあります。

あと、雑誌の取材の話も来ましたが、これは私が顔出ししないと
いうことを頑固に主張したら流れてしまいました。

こうやって書くとなんだかいいことばかりのようですが、

ビジネス目的の人にとっては、

本を出すのが最終目的ではなく、「ビジネスにつながること」
「集客力を高めること」が最終目的。

そのためには、
「出版さえすればいい」ということではありません。
本をどう使うのか戦略を立て、上手にＰＲしていかないと
「思ったより効果がなかった」ということになってしまいます。

実際、そういう著者も結構いるのです。

本を出版したのに、仕事がないとか失業中とかいう方にも
お会いしたことがあります。

出版を上手にビジネスに反映していくには、何が効果的なのか。

これから自分で実践しながら記録していき、
メルマガで公開していきたいと思っています。

→次回に続く

■□今週のつぶやき

誰かに受け入れてもらえればうれしい。
逆に拒絶されれば傷つく。
自分を卑下せず他人を認められる人になろう。

今週一番ＲＴ（リツイート：引用して紹介されること）
されたのは、この発言。

★私のツイッターはこちらです。
http://twitter.com/aoyamahanako

★集客支援をする「集まった～」もやってます。
こちらもフォローしてくださいね!
http://twitter.com/atumatter

わからないことがある方は、なんでも遠慮なく
お問い合わせください。
⇒mail@l-pocket.co.jp

==========
★編集後記
==========

◆ありえない両親の冷たい反応

普通、はじめて本を出すとなったら一番喜ぶのは両親だと
聞いていました。私もそうかな～っと思って、本ができたので
送ろうと電話をしたところ、第１声は、

「なんで本名で出さなかったのか。青山華子なんて
名前で出したら娘の本だと誰にもわからない！」

「ツイッター？なんだそれ？あの出会い系とかいうやつか？」

・・・と言われ、しどろもどろに説明しようとしたら

「忙しいからもう切るぞ」「本は要らない」と

電話を切られてしまいました・・・・・(涙)

まあいつものことですから気にしてないです。
ねたとしてツイッターでつぶやいておきました。

◆4/24（土）集客できるブログセミナー　1回目無事終了

とても意欲の高い方々ばかりで私も刺激を受けました。

参加者のみなさんはこちら
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10516221647.html

セミナー中に始めて聞いた
出版コンサルの山田さんが、私のブログを見た時の私のイメージは、

「いつも飲み歩いている人」
「イベントばかりやってる人」
「一体何の仕事しているのだろう」

だったそうです！

ん～確かに。これじゃあやしさ 120％ですね。
しかも、こんなイラストだし。

だいたい私に会った人はイメージと違うと言います。

★もっとイケイケどんどんなお姉ちゃんかと思った
★ぶっとんでるアネゴが来ると思った
★ばりばりのキャリアウーマンだと思っていた

いろんなことを言われますが、全て当たってません。
実際の私はとっても地味な女でございます。

※フッター略。

VOL.030　メソッドを売るな効果を売れ

【パワーブロガーへの道】

★┌─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┐
┃ブ┃ロ┃グ┃じ┃ゃ┃ん┃じ┃ゃ┃ん┃
└─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┘

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

ブログコンサルティングをしていていつも思うこと。

それは、なんとかトレーナーとか
なんとかメソッドとかの「資格をもとに稼ぎたい人」の
90%以上が、大きな勘違いをしているということです。

ブログに一生懸命、○○式とはどういうものか、
その理論、ノウハウなんかを書いています。

それでお客様が集まってくれません、
ブログから反応がありません、と言って来る人が多いのです。

それがどんなものか語る前に、
「相手が興味を持つ状態」に持っていかないと
読者はスルーして行ってしまいます。

メソッドについてのうんちくがいっぱいのブログを熱心に読むのは、

同業者かその資格をとりたい人であって
あなたが来て欲しいお客様ではないはず。

例えば以前、こんなことがありました。

私がコンサルティングをさせていただいたあるサロンは、
ダイエット、骨盤矯正、マッサージ、アロマセラピーなど
いろんなことをやっていました。
そこの先生が独自に開発したＡＢＣダイエット法（仮名）
というのがあって、本も出版されており、残念ながら
あまり有名ではないけれど、効果は抜群で、
紹介や口コミで来る人が多かったのです。

熱心な先生は、ブログに、毎日毎日
そのＡＢＣダイエットのメソッドについて熱く
語っていたのですが、内容は専門的で難しく
素人が読んでもよくわからない。

しかも、正直あんまりおもしろくない。
論文みたいな記事を読んでもぴんとこない。

そこで、ある時、その路線を辞めてもらって
メソッドではなく「効果」を訴えてもらうことにしました。

それは、

「2ヵ月で2サイズダウン（を実現する）」というもの。

何キロやせるとかウエスト何センチやせるとかではなくて、

　今のサイズより「2サイズ」確実に細くなる

ことだけを徹底アピールしたのです。

本当に、2ヵ月で2サイズダウンさせる自信も実績も
あったので、他の骨盤矯正、マッサージ、アロマセラピー
のことは一切書かずに、ひたすらそれだけを書きました。

他に書いたことは、

お客様のビフォアアフター、サロンでやせた喜びの声、
間違ったダイエットをして体重は落ちたけど、アンバランスな
体型になってしまった残念な例、2サイズダウンして明るい服が
着られるようになって、恋人ができた女性の話、
やせた自分を素敵に見せる洋服の選び方、
体型キープの仕方、簡単にできるエクササイズ、
太りにくい食事の取り方、停滞期の乗り越え方、お客様からの質問。
サロンでキレイに痩せた人のサイズの変化も、本人からの
「メール報告」を許可をとってどんどんブログに載せていきました。

◆11号が9号に！
◆13号だった下半身が11号が入るように！
◆まさか7号が着られる日が来るなんて！

と喜ぶ姿が浮かぶような内容でした。

そして、3ヵ月くらいたった後、サロンへの予約が
日に日に増え始め、半年後には、予約が受け切れないほどになり
検索エンジンからもお客様が来るようになって

今では全く広告費をかけなくてもブログと予約サイトだけで
お客様がどんどん集まるようになりました。

やったことは、

1　「効果を先に訴えて興味を持ってもらう」
　　例）2ヵ月で2サイズダウン

↓

2　お客様からの報告メールをどんどん紹介
　成功事例、時には失敗事例も正直に載せる

（指示を守らずに自己流でやってあんまり痩せなかった例も
　正直に紹介していきました）

↓

3　ＡＢＣダイエットのウンチクについては、
　「何故これで確実に2サイズダウンできるのか」という
　切り口で少しずつ小出しに説明していく

　（信頼性の担保と根拠を明確に示した）

なぜか多くの人は「3」から先にやろうとしてしまいます。

ＡＢＣダイエットとは何か
ＡＢＣダイエットがいかに素晴らしいか
ＡＢＣダイエットのノウハウはこんなに奥深い

でもね・・・・人は興味がないもののうんちくやノウハウなんて
1秒だって聞きたくないんです。

あなたもそうですよね？

「アインシュタインの相対性理論」についてのお話しを
毎日、ブログで読みたいですか？

誤解や批判を恐れずに言えば、サービスを受ける方は
なんとかメソッドがどんなものかなんてどうでもいいんです。

その「効果」さえ得られれば、うんちくなんか
知らなくたって構わないんです。

だからメソッドを語る前に「効果」を語ってください。

それについての実績や、成功事例や、お客様のビフォアアフター、
をどんどん紹介するだけでお客様はやってきます。

メソッドについて熱く語るのは、根拠を質問された時だけ、
というくらいでちょうどいいのです。

それくらい、人は「自分のこと」にしか関心がないと思っておくと
ずいぶん集客がやりやすくなると思います。

→次回に続く

★こちらのメルマガは自社配信しています。
バックナンバーを送付希望の方は、お手数ですが
「バックナンバー○号を送ってください」とご記入の上、
⇒mail@l-pocket.co.jp へメールくださいね。

★バックナンバーを請求いただいた方へ

→順番に送っておりますのでしばらくお待ちください。
　お待たせして申し訳ありません。

==========
　★編集後記
==========

　◆恵比寿　ウェスティンホテルで密会！？

　パワーブロガー&ツイッターの達人でしかも全員が著者と
　いう方々6 人と一緒に先日お茶会をしました。

　これから記事にしようと思いますが、「雑談も全てノウハウ！」
　という感じで濃い内容でした。全て録音しておかなかったことを後悔。
情報はやっぱり人が握っているということを最認識した日でした。

　◆そろそろルームのプロフィール変えなくちゃ

　無名で、出版もしていない私が、
「ブログのビジネス活用」をどこまで極められるかに挑戦しています。

　という箇所をＧＷ中には変えないと・・・

※フッター略。

VOL.031　なぜお客様はあなたを選んだのか

【パワーブロガーへの道】

★┌──┬──┬──┬──┬──┬──┬──┬──┬──┐
└ブ┴ロ┴グ┴じ┴ゃ┴ん┴じ┴ゃ┴ん┘

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

ＧＷはリフレッシュできましたか？

のっけから暗い話で恐縮ですが、
せっかくホテルステイをしていたのに、
私はＧＷ後半体調を崩し、昨日までほとんど寝ていて
なんだかとっても損した感じのＧＷでした。

今日、ふと見ると
メルマガ登録、読者登録、グルっぽの申請が
どどっと増えていてびっくり！

さて、前回のお話しは、
コーディネーター、コーチ、カウンセラー、占い師など
相談業の 90%以上の人がしている
「大きな勘違い」についてでした。

今日は、「お客様があなた（またはあなたのサービス）を
選んだ理由」について書こうと思います。

いつもコンサルティングで

「あなたのお客様はどうしてあなたの占い
（注：ここに入るのは、コーチングでも何でもＯＫです）
に来てくれたのですか？」

と聞くと、案外、ちゃんと答えられない人が多いのです。

答えられる人でも、

「それは、占いを受けたかったからでしょう」

などの漠然とした答えが多いです。
ここで「お客様」と説明すると抽象的になってしまうので、
例えば先週、来てくれたＡさん（仮名）を例に出すとします。

◆なぜＡさんは他の占い師ではなくあなたの所に来てくれたのか？

◆なぜＡさんは、ヒーリングやカウンセリングではなく
「占い」を選んだのか？

と、つきつめて考えたことはありますか？

私は、タイミングを見て必ず「どうして自分のサービスに
申し込んだのか」をさらっとお客様に聞くことにしています。

すると、自分では思いもよらなかった答えが
返ってくることが多いんですよ～。

例えば私の「占い」の場合・・・

☆一番上に私の名前があったから（あいうえお順の名簿だった）

☆近かったので（意外とよくある）

☆だめなものはだめとびしっと言ってくれそうだったから

☆とにかく誰かに話を聞いて欲しかったから

☆ブログに書いてある●●に惹かれて

☆自分もがけっぷちなので

☆同じ大学出身だったから！（よくご存じで・・）
☆過去の●●開催時に見て行きたかったが行けなかったので

☆癒し系と書いてあったのが気になって

☆来年で 30 歳になるので

などなど。

どうですか？これらの理由。
な～んだ、そんなこと？って理由も多いでしょ。

もちろん明確な理由の方もいらっしゃいますが、
「直感で」とか「なんか惹かれた」とか
そんな説明じゃこっちもよくわかんないよ～っていう理由の人も
結構いらっしゃいます。

何を言いたいのかと言いますと
お客様には「そのサービスに申し込む理由がある」ということです。

その理由を深く探っていくと

お客様自身が気づいている　「表（顕在）理由」
お客様自身も気づいていない「裏（潜在）理由」

の 2 つがあることがわかってきます。

これがしっかりとつかめれば、小さな会社では
すごい強みになります。

私が本業で、あまり苦労せず法人顧客を獲得できているのは、
この「お客様がなぜ自分たちを選んだのか」を
しっかりつかんでいるからです。

だって理由が分かれば、あとはそれを上手にＰＲすれば
いいのですから。

なんとなくやみくもに集客や営業をやっていても
効率が悪いです。
「なぜお客様はあなたを選んだのか」

あなたは、ちゃんと理由をわかっていますか？

→次回に続く

==========
★編集後記
==========

◆あなたは何をしている人？

最近、また新しい読者さんが増えてきて
「青山さんって何している人なんですか？」という
質問が増えてきました。ん～もうすぐルームの自己紹介ページを
更新するのでその回答はちょっと待っていてください。

◆どうして顔出ししないの？

なんどか書いたんですが、田渕さんとほとんど同じ理由で
「顔出しするとめんどくさいから」です。イラストはイメージです。
実際の私とは似ておりませんのでこの顔を期待しないでね。

◆ふだんどれくらいブログ書いてますか？

最近は 30 分から 1 時間くらいです。イベントやセミナー前後だと
リンクとかの手間がかかる作業が増えるので 2、3 時間かけることも。

◆その他にもいろいろ質問が来ましたが、順次、記事などで
紹介していきます。本当はＧＷ中にいろいろやるつもりが、予定が
全て体調不良で流れちゃって、ほとんどな～んにも進んでいません。
亀のようにノロい私を長い目で見てやってくださいませ。

※フッター略。

VOL.032　チャンスは人に乗ってやってくる

★┌─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┐
┃ブ┃ロ┃グ┃じ┃ゃ┃ん┃じ┃ゃ┃ん┃
└─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┘

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

私が、このブログを開設したのは、2008 年 11 月。その時は、

◆個人のお客様ゼロ
◆誰も青山華子なんて知らない
◆本も出していない
◆セミナーもやったことがない

本当にないないづくし&「ザ・がけっぷち」な状態で、
必死に毎日ブログを書いていました。

その様子は、初期のメルマガにも書きましたが、

「ほんとにブログ書いていて集客できるようになるのか」
「こんなことしていて意味があるのか」
「これでいいのかな」

と思うことが度々ありました。

私の経験が、後で誰かの役に立つようにと、

・何をやったらアクセスが増えるのか
・何をしたら読者が増えるのか
・集客につながったものとあまり効果がなかったもの
・申込率やキャンセル率
・お客様の傾向

等をエクセルに毎日記録し、
時には、いくつものテストブログを作って
テスターさんにも頼んで、どんな効果があるか
検証したりしていました。

最近では、勘をつかんだので
あまり数字をチェックしなくなりましたが、

その頃のノートを読み返すと
自分でも恥ずかしくなるくらいレベルの低いことが書かれていて、

よくここまでできるようになったよな、と
自分で自分の成長に驚いています。

正直、本の出版なんてまだまだ自分には関係のないこと、
ずっと先の話だと思っていたので、

ブログ経由でお話しをいただいた時、突然の話に
本当にびっくりしました。

ブログに加えて、ツイッターをやることで
ビジネスの勢いがすごい勢いで加速したなと
最近、実感しています。

ツイッターを始めてから半年以上立ちましたが、

ツイッター経由でいろんな企業さんからもお話しを
いただき、人との出会いが急速に広がりつつあります。

ブログ開設当時から、私がずっと言ってきたのは

◆デジタルイン⇒アナログアウト◆

「ネットで知ってリアルでお会いする」

の関係を作ること、大事にすること。

情報も、ビジネスも、人が握っているのです。

小手先のテクニック【だけ】にふりまわされず、
出会った人を大切にしていきたいものですね。

→次回に続く

■□今週のつぶやき

本当に上手なコミュニケーションとは、
「あなたは大切な人です」と言葉と態度で伝えること。
テクニックだけの問題ではない。

今週一番ＲＴ（リツイート：引用して紹介されること）
されたのは、この発言。

★私のツイッターはこちらです。フォローしてね！
http://twitter.com/aoyamahanako

==========
★編集後記
==========

◆ツイッター体験型セミナー終わって・・・

13 日まで睡眠時間 1、2 時間でがんばっていたためか
セミナー終わってぐったり、お疲れ様会ではほとんど
モノが食べられないほどに。。。
なんとかキャンペーンページもでき、やっと今日になって
一息つきました。

参加していただいたみなさま、ありがとうございます。

◆やればできるよね、に突っ込み

ずっと私のイラストに「これは自画像ではありません」
「私とはちっとも似ていません」と書き続けていたためか
実物に会ってもがっかりされなくなってほっとしたのもつかの間。

このところイラストの横に書いてある「やればできるよね」に
つっこみを入れてくる人、多し！

いや、あれは気分で書いただけでそんなに深い意味はないんです。
◆神田敏晶さんと田渕隆茂さん　バトルしたら面白いかも

昨夜のツイッター体験型セミナーでの質疑応答のコーナーで。

「どうすればフォロワーが増えますか？」
「ビジネスにつなげるには？」の問いに

神田さんが「そんなこと考えても無駄」（というニュアンスの）発言を！

その後に紹介した田渕さんの 6 月発売予定の本は
「ツイッターで儲かる」本！

ご本人もバツが悪かったでしょうけど、私もちょっと気まずかったです。

神田さんが言いたかったのは、

「数だけ増やしたって仕方がない」
「質が大事」ということ。

田渕さんも、それは否定していないし、基本は同じなのですが、
でもある程度フォロワーを増やさないと影響力が出ないのは事実。

神田さんはフォロワー数が多いし、めっちゃ最新情報に詳しくて
ＩＴリテラシー高い人なので、

意識しているのは、ホリエモンとか勝間さんとかの
＜20 万人＞のレベルが多いという前提でお話しされていたけれど

「フツーの人には 1 万人超えするのも大変なんですって！」

と心の中でツッコミを入れていたワタシ。

どっちの気持ちもわかるな〜っと思いながら
面白く傍観させていただきました。

※フッター略。

VOL.033　集客できている人はやっているある習慣とは

★┌─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┐
└ブ┴ロ┴グ┴じ┴ゃ┴ん┴じ┴ゃ┴ん┘

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

★　売れる秘訣は「自分で考えない事」にあった！
★　絶句するほど売り上げがアップする！
★　タダで、今日から自力で出来る売り上げ超アップ法！

大切なのは、自分で考えずに「他人（ひと）」に訊く事。
色んな方達の「本音」「文句」「熱い想い」・・・

そう言った事に耳を傾け、
そして「その先にある、同じ思いのマーケット」に思いを馳せる時、
あなたの販促企画力は全く別世界に飛躍するコトができるんです・・・

ＢＹ　キキダスマーケティングより
http://members3.jcom.home.ne.jp/kikidasu0701ma/kikidasu-towa.html

これって私がいつも【飲み会マーケティング】で
習慣的にやっていることです。

そうか「キキダスマーケティングか！」と思って
ずいぶん前、本も買いました。

ますます「今、やってる方向性でいいんだ」と確信が持てました。

実は、ブログでも同じです。

私がかかわっているところで
「ブログから集客できているお店」には
みんな共通点があります。

必ずお客様に

◆どんな「言葉・キーワード」で検索したのか
◆ブログを見てどう思ったか（第一印象）
◆どうしてここに来たいと思ったのか

を、できるだけ「本音」を引き出す形で聞きだし、
記録・分析して、その結果をブログでまたテストし、
できるだけお客様が反応する言葉を探り続けているんです。

「聞きだす技術」というのはいくつかあるのですが、
できるだけ「第一声をとらえる」のがコツです。

「最初になんと言ったか」はすごい重要なんです！
これを聞きのがさないでください。

かしこまった聞き方をすると、頭で考えて優等生的な
答えが返ってくるので、できるだけリラックスした状態で
相手に構えさせることなく、自然と本音を聞き出すようにします。

飲み会の場は、お酒が入ると自然とリラックスするので、
上記を聞きだすのには、最適な場所なんです。

◇◇◇

あなたが思っている理由と、お客様が来てくれる理由は、
案外、食い違ってることが多いものです。

私も「何故、数ある会社の中から弊社に仕事を頼んだのか」と
よく聞くことがありますが、だいたい予想していなかった
答えが返ってくることが多いです。

その度に「そうだったのか！」と驚きながらも
目から鱗が落ちる思いです。

で、そのままセールスレターとか企画書などに
すばりその言葉を盛り込むと
不思議と成約率が格段にアップするんですよね。

だって、これこそが生の声だから。

ちなみに、私の場合、あるサービスをＰＲする時に
この言葉を言うとほぼ100%相手が興味を示し、
90%以上の人が欲しい！今すぐ売ってくれ、と言う
「殺し文句」があります。

これは自分のニッチな業界だから当てはまることで、
あなたのビジネスではたぶん
有効ではないと思うので、それが何か聞いても無駄です。

あなたも、自分の想いの押し付けではなく、

お客様の本当の声をよく聞いてください。
耳を傾けてください。

そこには、たくさんのヒントが眠っています。

ブログで売れない、集客できないと言っている人のほとんどが、

◆「独りよがり」
◆「自分のことばかり」
◆「私を見て！」

な、ちょっと痛いブログになっています。

＃このあたりモテない人と一緒です。

共通点＝（相手の話は聞いてない！）

結婚相談所で条件がそこそこいいのに
売れ残るのはほとんどがこのタイプ！

（ 何年もサポートしているので、そんな人をたっくさん見てますよ～ ）

あとでクレーム来るかもしれないけれど、本当のことだから書きました。

ちょっと脱線しましたが、

たくさんの生の声を聞き、
お客様の求めているものと、あなたの「言葉」が一致した時、
面白いほどにどんどん集客できるブログになるはず。
鍵は、お客様が握っています。

なぜ、お客様はあなたのところに来るのか？
これを考え抜いてくださいね。

→次回に続く

==========
★編集後記
==========

◆最後の実践ブログセミナー終わって・・・

だいぶ燃え尽きました。
参加していただいたみなさま、ありがとうございます。

◆内藤みかさん、津田 大介さん、神田敏晶さん
ツイッター本著者のサイン比較

私のが一番ヘタです・・
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10542760340.html

※フッター略。

VOL.034　田渕さんのブログに学ぶ【続・クリックの魔術師になる】方法

【パワーブロガーへの道】

★
ブ	ロ	グ	じ	ゃ	ん	じ	ゃ	ん

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

私が見る限り「パワーブロガー」と呼ばれる人、
ブログが素晴らしい人は何人もいますが、

・見た目、構成
・内容
・集客力
・ブログ運営
・検索エンジン力

の全てが揃っている人をまだ見かけたことがありません。

それなら、それぞれの良さに注目し、
いいとこどりをしよう！というのが私の考え。

勝手に他の人のブログからエッセンスを
学んじゃおう！と思っています。

ということで、今日も前回に引き続き、

パワーブロガー養成講座でおなじみの
田渕さんのブログから
http://ameblo.jp/kobeweb

勝手に学んでみます。

パワーブロガーの定義は、人によってそれぞれですが、
真に実力があるか否かの判断基準の一つを、私は
「紹介力」においています。
◆記事で誰かを紹介した時、どれくらいクリックされるか？

◆記事で誰かを紹介した時、どれくらい申込があるか？
（読者登録や講座への申し込みなど）

記事を読んだ時、思わずその先を見たくなるように
紹介するのは、高度なテクニックです。

よくよく田渕さんの紹介記事を見ると、

「ぱっと見て　気になるような」引き（フック）と

【対象者にとっての具体的なメリット】がきちんと書かれています。

そして「どこをクリックすればいいかわかりやすい」

前回も説明しましたが、それがリンクだとわかる色、
スタイルで「テキストリンク」で書く！

のが大事です。

そして色使いのルールが徹底しています。

大事なところは、赤字（太字）で、次に大事なところは
黒の太字で、そしてリンクだけは青色+下線で。

必ずこのルールを守っていることがわかります。

例えばこの記事　上記の点をよく見てください。
　　↓　　↓　　↓
http://ameblo.jp/kobeweb/entry-10553220365.html

＜リンク部分 1＞

◆部屋などはこんな感じです。温泉もありますねー

⇒クリックしないと写真見られないので、興味がある人は
　思わず写真を見て見たくなりますね。
　私だったら、そのまま写真を載せてしまうところです。

＜リンク部分 2＞

◆今回の合宿セミナーは、男女比が半々。
　ですから、女性の方も安心してご参加下さい！

⇒こんな風に言われると女性は申し込んでみたくなります。
　合宿だと特に、男性ばかりの所に参加するのは
　心理的な壁があると思いますので。

上記のことに気をつけて、結果を出しているブロガーさんの
ブログをよくよく見てください。

いいところをマネして、あなたのブログにもとりいれてみます。

ただ漠然と「眺める」のではなくて、ある箇所に注目して
徹底的にチェックしてみると、どんどんいろんなことが
わかってきます。

これは無料でできる練習ですので、ぜひやってみてくださいね！

勝手にパワーブロガーから学ぶ、ワンポイントレッスン、
今日の分はこれでオシマイ。

また気が向いた時に続きを書きます。

→次回に続く

長文をお読みいただきましてありがとうございました。

==========
　★編集後記
==========

　◆本の増刷決まりました

　　おかげさまで、私の著書
　「はじめてのツイッター入門」が無事、増刷になりました。

　お買い上げいただいたみなさま、紹介してくださった方、
　本当にありがとうございます。

　これでやっと安心して眠れるかも！？

※フッター略。

VOL.036　田渕さんのブログに学ぶ【巻き込み力】と有言実行する威力

【パワーブロガーへの道】

★

ブ	ロ	グ	じ	ゃ	ん	じ	ゃ	ん

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

勝手に他の人のブログからエッセンスを
学んじゃおう！という思いつき企画。

今日も前回に引き続き、

パワーブロガー養成講座でおなじみの
田渕さんのブログから
http://ameblo.jp/kobeweb

勝手に学んでみます。

パワーブロガーの真の威力は、
【巻き込み力】にあると思っている私。

【巻き込み力】とは、

何かを仕掛けた時、

どれだけの人が応援してくれるか
どんな人が快く応援してくれるか
どこまで巻き込めるか

が問われるチカラです。

仮にブログやツイッターが廃れても、
どんな媒体が流行ろうとも、この【巻き込み力】さえあれば
どのツールでも、強力な影響力を持つことになるでしょう。
よくよく田渕さんがやっていることを観察すると、

とっても泥臭い、アナログなことを

一つ一つ丁寧にこなしているんですよね〜。

普通だったらネットの人は「めんどくさい」と
やらない所を、一人一人にメールしたり、電話したり、

まるでその様子は、選挙活動のよう！

（そういえば、ご本人も自分のことをどぶ板選挙型と言っていました）

田渕さんがすごいのは、

「まず先に与える」を徹底していること。

例えば、

自分から先にいいと思ったブログをど〜んと紹介する。
その方のブログにアクセスをいっぱい送りこむ。

私は田渕さんに「私のブログを紹介してください」と
頼んだことはほとんどないんです。

1 度だけ、本のキャンペーンの時に、良かったら紹介して
ください、とお願いしましたが、それ以外は、
向こうがこちらの事情を察して！？
（ちょっと集客、出足が悪そうだな、とか）
書いてくださっていることが多いのです。

なかなかそこまでできる方はいません。

これは、誰でもマネできるけれど、
実行するのはなかなかできないことじゃないかと思うわけです。

そして、だめだった時の用意周到さ！

きっとあれがだめならこれで、それでもだめなら次の手段で、
と何段階も作戦を用意しているはず。

これは私の想像ですが、きっとそうに違いないと確信しています。

実は、私もこれに近いタイプで、本のキャンペーンの時に、
もしはずしたらこれでリカバリーしようという作戦を
いくつも用意していました。

が、1つしか試さないうちにあっけなく増刷になって
しまいましたが・・・・。

それはともかく【有言実行】して必ず実現してしまうのですから
本当にすごいことです。

私は小心者なので、あまり【有言】しないでこっそり目標を
達成しちゃう【無言実行】タイプ。

この点は見習いたい！

では、どうすれば、たくさんの人に応援される人になれるのか？

答えは、単純。
コレです。

↓

★応援される人になりたかったら、まずは応援する人になろう！

もうこれは絶対です。

なぜかと言うと、人は「自分ばっかりおいしい思いをしたい」
「自分のブログだけ紹介して欲しい」という人は

嫌いだから、です（笑）
あなたもそうでしょ。そんな人応援したくないですよね？

そして、不思議なことに「オレオレオーラ」全開の

（注：自分だけを見ろ！ほらそこの愚民ども！
みたいなメッセージを発しているブログ）

ブログってそういう雰囲気が伝わってしまうんですよ〜。

上記のことに気をつけて、結果を出している田渕さんの
ブログをよくよく見てください。

いいところをマネして、あなたのブログにもとりいれてみます。
ただ漠然と「眺める」のではなくて、ある箇所に注目して
徹底的にチェックしてみると、どんどんいろんなことが
わかってきます。

これは無料でできる練習ですので、ぜひやってみてくださいね！

勝手にパワーブロガーから学ぶ、ワンポイントレッスン、
今日の分はこれでオシマイ。

また気が向いた時に続きを書きます。

→次回に続く

長文をお読みいただきましてありがとうございました。

==========
★編集後記
==========

◆自分の本より熱心に宣伝してるな～、私。

どうも自分の宣伝するより、人の宣伝する方が好きなようで
熱心に記事を書いてしまいました。
あ！私も０時過ぎに本、しっかりＧＥＴしましたよ♪

◆自分で実践してないコンサルは信じない

某企業であまりにも机上の空論を並べ立てる某社の某コンサルに
「明らかにその数字には無理があるので、○○の根拠を教えて
下さい」とつっこんだら、その後、出入り禁止になりました（笑）

◆別企業でも出禁に！？

「人の男と仕事を取る女は出入り禁止です。
　同業他社は参加できません」

と言われましたが、この中のどれも当てはまらないのに、何故？

私がいつ、男をとりましたか？
私がいつ、仕事をとりましたか？
そして、あなたと私はどこが「同業ですか？」と

面と向かって聞いてみたい。。。（涙）

※フッター略。

VOL.037　田渕さんの「儲かるツイッター」に学ぶ集客の第一歩は

【パワーブロガーへの道】

★┌─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┐
┃ブ┃ロ┃グ┃じ┃ゃ┃ん┃じ┃ゃ┃ん┃
└─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┘

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

勝手に他の人のブログからエッセンスを
学んじゃおう！という思いつき企画。

今日は、ブログではなく、

パワーブロガー養成講座でおなじみの
http://ameblo.jp/kobeweb
田渕さんの本

「儲かるツイッター」から
http://www.amazon.co.jp/dp/459406213X

勝手に学んでみます。

先日、博多からイベント・集客する博多男児
http://ameblo.jp/betipa/

さんがいらした時、

「ブログを書いていても集客できる人と集客できない人が
　いますが、その違いはなんだと思いますか？」

とふいに質問され、集客の基本についてお話ししました。

まずは、その方のサービス・商品、またはその方自身に
興味がある見込み顧客、順見込み顧客が
ちゃんと集まっているのか？

が第一歩だということを強調した覚えがあります。
いわゆる「濃い読者」、ツイッターでいうと「濃いフォロワー」
さんが集まっていますか？

ということです。

属性があう、ともいいます。

私がたくさんのブログ・ツイッターをアドバイスした中で
感じたことは、

◆　集客できていない人のほとんどは
　　第一歩から間違っている　◆

ということです。

・勝手に「理想のターゲット」を決めているけど
　果たしてその方たちにあなたのサービスはマッチするの？

・その人たちって本当に見込み客ですか？もっと別の
　見込み客がいるんじゃないですか？

売るものが「あなた自身（コンサル、コーチなど)」である場合、

・あなたの共感者
・あなたの応援者

は集まっていますか？

自分のサービス・商品にマッチする属性のお客様候補は
どんな人が当てはまるのか？どこで見分けるのか？

これがしっかりわかっているかどうかは、

ブログなら「自ら読者登録」

ツイッターなら「自らフォロー」を
100 人くらいやってもらうと、すぐにわかってしまいます。
【ＮＧな人の例】

・相互読者、相互フォローしてくれそうな人だけ依頼している

（その人たちは単に読者やフォロー増やしたいだけで
あなたのブログやツイッターに興味はない可能性　大）

※ただし初期の頃でまだ読者数、フォロー数が極端に少ないならば
やる価値はあります。

・同業他社を片っぱしから読者登録/フォローする

（同業他社ってあなたのサービスの見込み客になるの？
なる場合は問題なし）

・とにかく女性であれば誰でもいいとばかりに片っぱしから読者登録
するなど、ゆるすぎるターゲッティング。

または逆に、やりはじめてすぐに

「どこを見たら判断できるのでしょうか？見分け方が
わかりません」と聞いてくる。

どうですか？
あなたはあてはまっていませんか？
心配な方は、「儲かるツイッター」の中の

Ｐ16-19　他の本には書いていないツイッターでできる集客とは？

Ｐ33-36　プロフィールは必ず設定する

Ｐ44-47　地域性を絞ってお店に来るフォロワーさんを集める方法

ｐ48-51　あなたが集めたい見込み客をコバンザメ戦略で集める方法

をよ～く読んで勉強してください。

ここに書かれていることは、ブログでも全て同じ。
大原則です。

自分のサービス・商品にマッチする属性のお客様候補は
どんな人が当てはまるのか？どこで見分けるのか？

ここがずれていないかどうか、客観的に見直してみましょう。

勝手にパワーブロガーから学ぶ、ワンポイントレッスン、
今日の分はこれでオシマイ。

また気が向いた時に続きを書きます。

→次回に続く

長文をお読みいただきましてありがとうございました。

==========
★編集後記
==========

◆パワーユーザーがグループ化の動き、あちこちで

ツイッター、ブログ、メルマガ発行人など、パワーユーザー
と呼ばれる方、読者数が多い方、媒体力がある方が
結集してグループや「なんとか会」を作ろうという動きが
あちこちで起こっています。

いよいよ格差がこれから開いてくるんでしょうね。

◆ちょっと「変な人の会」発足！

変人と正式認定されました
変人パスポートと東京支部の会長に就任
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10557643926.html

に書いたら、今まで全然希望者がいなかったに
たくさんの方が参加希望でびっくり！？

⇒まだコメント返しやメッセージ返信できてなくて
ごめんなさい。これからゆる～く始めていきます。

◆恵比寿会ではＮＧワード連発！

昨日、恵比寿会に参加してまいりました。

そこではせっかく意識の高い人たちが集まったというのに
話していたのは、

●●とか
△△とか

どこにも書けない話ばかり！

話題ふったのは私じゃないですよ～。

恵比寿会は、私の主宰ではないですが

・恵比寿近辺在住（15 分くらいで来れる方）
・恵比寿近辺に会社がある
・恵比寿近辺で通っているところがある
・恵比寿にはめっちゃ詳しくよく行く

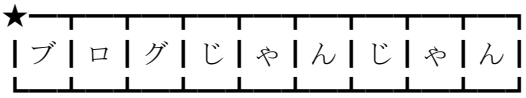
人限定の会です。

参加したい人は、推薦があれば参加できますので
私までメールください。
⇒mail@l-pocket.co.jp へ

※フッター略。

VOL.038　ブログでブランディングのその前に

【パワーブロガーへの道】



http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

最近、開催していませんが、私が時々やっている
大崎でのミニ勉強会で「ブログで個人ブランディング」を
考えるというテーマがあります。

そこでいつもやってもらうワーク。

1・あなたは「何屋さん」ですか？

2・へ～それで何がすごいの？

この質問に、的確に、短く答えられる人が
なかなかいないのです。

「1」は答えられても「2」で詰まってしまう人が多く、
大体の人は、長々と説明を始めます。

回答者：

「　なんとかで、なんとかで、なんとかで、なんとかなんです。
　で、○○で・・・○○で・・・」

青山　：「それを一言で言うと？」

回答者：「・・・・えっと○○かな（自信なさそう）」

青山　：「で、何がすごいんですか？（同じ質問）」

回答者：「すごくはないんですけど、なんとかで・・・（以下略）」

ブランディングにはいろんな解釈があると思いますが、
誰もが否定しない事実に、

「ブランディングの評価は他人が決めるもの」
「他人が認知してナンボである」
というものがあります。

あなたがいくら「自分はＮＯ1きらきら☆わくわくマスターです！」と
名乗っても、周りの人がそれを認め、「認知」しないと
全然ブランディングにならないんです。

（しかも、具体的に何をやってくれるのかこれでは全然わかりません）

そして、認知されるには、
「わかりやすさ」＝「一言で言える短いフレーズ」が必要です。

たとえあなたが、ＦＰで、中小企業診断士で、経営コンサルティング
もしていて、占いができて、カラー診断の資格もあったとしても
あれもこれもずらっと並べ立てて話したら「認知」はされません。

口コミや紹介がおきるのは「わかりやすいフレーズ」があるからです。

もしあなた（仮にＡさんとします）の友達が

「Ａさんって何屋なの？」と友達Ｂさんに聞かれた時、

上記２つが伝わっていないと、こんな会話になります。

友達
「えっとね、ＦＰとか中小企業診断士をやってるみたい」

友達Ｂ
「ふ～ん」

友達
「あ、経営コンサルもやってるとか言ってた」

友達Ｂ
「へ～コンサルなんだ」

友達
「そういえば占いもできるんだって！」

友達Ｂ
「占い？最近、流行ってるもんね～」

友達
「カラー診断も資格取ったらしいよ」

友達Ｂ
「・・・・・・」

これでは「それで？何がすごいの？」という以前の問題ですよね。

仮に以下のような会話だったらどうでしょうか？

1・あなたは「何屋さん」ですか？

→「無担保でも融資がおりる書類作成のプロ」です！

2・へ～それで何がすごいの？

→担保がなくてなかなか他ではお金が借りられない事業主でも
90%以上の確率で融資可能にすることができます。

本当にこんな人がいるかどうかはわかりません。
これは適当に私が考えてみた例です。

もしこんな風に言われたら「じゃあ頼んでみよう」と思う
事業主の人は多いのではないでしょうか。

あとは、金額とかその人の信頼性等がクリアできれば、
難なく受注に至ることでしょう。

やることはとてもシンプル。

1・あなたは「何屋さん」ですか？

2・へ～それで何がすごいの？

さて、あなたは即答できますか？

→次回に続く

長文をお読みいただきましてありがとうございました。

==========
★編集後記
==========

◆がけっぷちな私の漫画プロフィール制作着々と進んでます！
↓
こちらで一部を公開中
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10571094371.html

今週末、完成予定。
どんな風に仕上がるのかとっても楽しみです。

◆ブログ読者もうすぐ 4000 人に

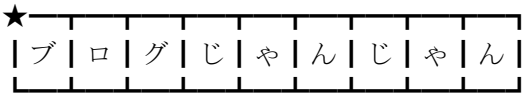
さっき見たら 3999 人になっていました。

こちらの記事のおかげです
↓　↓　↓
情報商人・岩元貴久さんの姿勢に学ぶ すごい人の共通点
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10572045044.html

※フッター略。

VOL.039　新規のお客様を集めるには

【パワーブロガーへの道】



http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

先日、某企業さんの仕事のプレゼンに
気合いを入れすぎて、36 時間徹夜でがんばっちゃいました。

予想通り・・・終わってから一気に疲れが出て
夏バテもあってダウンしてしまい、
あ～またやっちゃった、と反省の日々です。

どうも私は「ほどほどに」というのが出来ないようで
いつまでたっても同じことを繰り返してます。

さて、今日はちょうどいい記事を見つけたので
紹介してみます。

文化には以下の 2 つがあるそうです。

【育成文化】　農耕民族

・関係があることに安心感を持つ
・条件よりも関係を大切にする
・安心や信頼というものを重要視する
・リスクに対する抵抗感が高い

【選択文化】　狩猟民族

・選べることに幸せを感じる
・関係よりも条件を重要視する
・リスクに対する抵抗感が低い

選択するのを好み、条件を重要視する欧米人に販売する時は…。
好条件をお伝えして、他のものと比べることができるようにすれば
受け入れられやすい。

安心感や信頼を重要視する日本人に販売する時は…。
どんな人間が作ったのかとか、どんな実績や評価があるのかを
伝えれば受け入れられやすい。

～有限会社　MUSUHI さんのＨＰより引用～

日本人の多くは、

はじめての取引であること
知らない所に行く、ということ自体に抵抗を感じます。

特に、新規のお客様を集める時は、

◆「安心」「信頼」を感じてもらえるような工夫と

◆「リスク」を無くす、
　もしくは感じなくするようにする工夫を

しなければいけないのです。

では、ブログであなたにもできる

「安心、信頼を感じてもらえるような工夫」は
どんなものがあるでしょうか？

・顔写真を公開している

・会社の所在地や電話番号が公開されている

・たくさんの実績がある

・信頼できる人があなたを推薦している
（お客様の声でもＯＫ）

・あなたの知人が過去に参加したことがある
（ブログ記事に写真付きで載っていた）
・ブログの文章から誠実なイメージが伝わる

・ブログにコメントが多くついている

・ブログを定期的に更新している
（ほったらかしだとつぶれたのかな？と心配される
ことだってあります）

・ブラックボックス化されているところを明らかにする
（会場の写真載せたり、金額を明記したり、わかりにくい
ところを詳細に説明したり・・・）

などがありますね。

「な〜んだ、そんなことか」

と思いませんでしたか？

そうなんです。
1つ1つは小さなことなんです。

それが積み重なると、「安心」「信頼」の貯金が増えて
あなたのブログにどんどんお客様が集まってきます。

いろんなブロガーさんがいますが、上記を確実に
きちんとこなしているのは、
松原靖樹さんのブログではないかとひそかに思っています。
http://ameblo.jp/ym11/

実績は上手にサイドバーにまとめられ
感想記事のまとめ一覧もあります。
http://ameblo.jp/ym11/

ここまで丁寧にブログ感想文を紹介し
http://ameblo.jp/ym11/entry-10581135619.html

必ず参加者も紹介しています
http://ameblo.jp/ym11/entry-10563947005.html

そして、ここがすごいところなんですが、
どんなに疲れていてもコメントには全部レスをつけているんです。

しかも、

書いた本人のコメントより「必ず長めに文章を書く」ように
心がけている、とか。
ここまでは私もできていないので、いつも反省＆
見習わなきゃな〜っと思って見ています。

ブログから集客し続けてちゃんとお客様が集まってる人には
何か「究極のテクニック」があるんじゃないか！？と
思う人も多いのですが、そんなものはありません。

ただ１つ１つのことを「徹底してやっているか」だと思うのです。

あなたのブログは、
「安心」「信頼」を感じてもらえるような工夫をしていますか？

基本的なことから見直してみましょう。

→次回に続く

長文をお読みいただきましてありがとうございました。

==========
★編集後記
==========

◆がけっぷちな私の漫画プロフィール完成しました
↓
http://profile.ameba.jp/aoyamahanako

◆元カレとか元夫、元上司とか・・・いろいろいるらしい

私のブログ＆ツイッターの読者＆フォロワーには、
スタッフや知人の元カレ・元夫・元上司などがいるんだそう。
そう言われても誰が誰かもうわかりません。
こっそり教えて欲しい！

※フッター略。

VOL.040　オールヌードよりパンチラが気になる理由とは

【パワーブロガーへの道】

★┌─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┐
┃ブ┃ロ┃グ┃じ┃ゃ┃ん┃じ┃ゃ┃ん┃
└─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┘

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

しばらく体調不良でご無沙汰しており、
ご心配をおかけしてすみません。

生存確認をしてくださったみなさま、本当に
ありがとうございます。

休んでいる間にも、メルマガ登録して下さった方が
増えていてうれしいです。

今日から読んでくださっているあなた
はじめまして＆こんにちは。
これからどうぞよろしくお願いします。

◇　　◇　　◇　　◇　　◇

突然ですが、あなたはアメブロの【アメンバー】機能を
活用していますか？

◆アメンバーって何？
⇒http://helps.ameba.jp/qguide/amember/post_186.html

特定の人に限定公開した記事・動画・写真などを見せる
機能です。
ブログからはこんな風に見えます。
↓　↓　↓
http://secret.ameba.jp/aoyamahanako/amemberentry-10609138118.html

アメンバーになった人しかアクセスできないように
なっているんですね。

「これが何の役に立つの？」
「そんなのＳＮＳでやればいいじゃない」と思ったアナタ。

アメンバーを上手に活用すると

◆アメンバー記事を配信するとメールが一斉配信されるので
記事を読んでもらいやすくなる

◆ブログは「待ち」の媒体。
毎日読んでいる人ばかりではない。
メールでお知らせすることで
「攻め」の媒体になり、アクセスアップにもつながる

◆不特定多数の人に見られたくない情報を安心して公開できる

等のメリットがあるのですが、

実は、

あなたとの距離がぐっと縮まる

⇒「読者を身内化してしまう」

という効果が一番大きいのです。

キーワードは【特別感】

ある方がとても上手いことを言いました。

◆アメンバーは、舞台（＝ブログ）を見に来ている観客（＝読者）を
「観客席」ではなく、【楽屋裏】に招待する行為である、と。

人は、「ここだけの話」「内緒話」「裏話」「お得な限定情報」、
「あなただけ」という特別扱いが大好きです。

選ばれた人だけが入れる場所：【楽屋裏】に入れてもらえたら
わくわくしますよね。

上手に使うと、一気にあなたへの関心や共感が高まり、

読者は、たとえあなたと会ったことがなくても、

なんだかあなたととても近い存在、
「身内」になったような気になってしまう効果があるんです。

「身内」のような存在の人が言うことなら、
アドバイスにも心を傾けますし

「いいよ」とススメている商品を買いたくなってしまいますよね。

図解するとこんな感じ
↓　↓　↓
http://e0166.blog89.fc2.com/blog-entry-394.html

さらに、

アメンバー記事って「のぞき見」の文化なんです。
隠されていると、なんだか気になって見たくなりますよね。

メルマガの
「オールヌードよりパンチラが気になる理由とは」

ぜ～んぶ丸見えより、隠されたものを見る方が
どきどきする心理（オヤジっぽいけど・・・）です。

アメブロさんはそういう仕掛けがうまいです（笑）

せっかくそんな機能があるのですから、あなたなりに工夫して
活用しないともったいない！というものです。

だからといって「とにかくアメンバー記事を書けばいい」って
ことではないですので、ご注意くださいね。

【特別感】を読者に持ってもらわなくてはならないのですから

・とっておきの情報/ブログには書いてないレアな情報

・あなたの人柄がわかる裏話・内緒話的なこと

・限られた人にしか見せたくない写真

など、「見て良かった」「役に立った」と思われるような内容を
厳選して書いてくださいね。

ここはあなたのアイディア勝負です。

技術があるなら、動画もいいですね！

あなたがリアルに語りかけている動画を、アメンバーで公開し、
読者にとって面白い/役に立つ情報を話してくれたら

あなたのファン・応援者はもっともっと増えるでしょう。

「身内」のような読者が増えれば増えるほど、

セールスライティングがそんなにたいしたことなくても
集客は自然とできるようになります。

◆そして、さらに高度なテクニック◆

1・いったんアメンバー限定記事で記事をアップする
2・しばらくたってから再アップして一般にも公開する

※こんなにすばらしい内容だったら、いち早く知りたいから
　私もアメンバーになろう、と思わせる効果があります。

ファンクラブに入っていると、コンサートで先行予約できたり
先着何名にプレミアグッズがもらえます、みたいなノリですね。
アメブロガーの中で、アメンバー記事を戦略的に活用している方は
そう多くはありませんが、何人かいらっしゃいますので、
参考までに勝手に紹介しておきますね。

◆パワーブロガーの田渕さん

ブログには書かないリアルな数字や具体的な事例を盛り込む、
お得な情報を先行案内することで、メルマガ的に積極活用

http://ameblo.jp/kobeweb

◆出版プロデューサーの山田さん

業界の裏話やなかなか本には書いていない出版に関することを
定期的にアメンバー記事で配信。

２刷りが自慢できない時代が近づいています
http://secret.ameba.jp/shuppanproduce/amemberentry-10576939812.html

◆セミナープロデューサー松原靖樹さん

ブログにメリハリをつけファン化を促進するため 1、2 カ月に 1 度活用。
思いっきりプライベートな話題、ちょっとエロティックな話題も
盛り込み惹きつけています。「のぞき見的な記事」が上手です。

１人で行うということの重要性（ちょっとエロな内容でした。。）
http://secret.ameba.jp/ym11/amemberentry-10585907040.html

他にもまだまだいらっしゃるのですが、今日はこの辺で。

あ！私が過去に書いたアメンバー記事はこんな感じです。

狙って書いていると言うよりも、なかなかブログには書けないけど
言いたい！ということ、腹黒い話、裏話などを本音で書いてます。
（思いついた時に）

弱さが強みに変わる時 コンプレックスからの解放
http://secret.ameba.jp/aoyamahanako/amemberentry-10530360613.html

【独り言】妥協しない生き方 書く？書かないと迷う時
http://secret.ameba.jp/aoyamahanako/amemberentry-10519731177.html

さて、あなたはどんな風に「アメンバー記事」を活用しますか？

→次回に続く

ここまでお読みいただきましてありがとうございました。
==========
★編集後記
==========

◆がけっぷちな私の漫画プロフィール、好評です。
↓
http://profile.ameba.jp/aoyamahanako

◆よくある質問

こちらで回答しました。
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10608783716.html

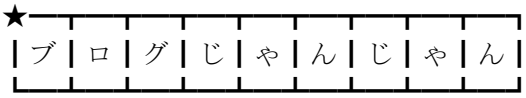
昨日のアメンバー記事で書きましたが、
しばらく休んでいる間に、びっくりするような噂を流され
ただただ苦笑してしまいました。

生きているといろんなことを言われるんですね（笑）

※フッター略。

VOL.041　目の前マーケティングで集客力を加速しよう

【パワーブロガーへの道】



http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

私は、例年、夏は仕事しないと決めていて
今年も、８月１日より１ヶ月間、夏休みで充電中です。

仕事がないと、どんどんアイディアが湧いて
あれもこれもやりたくなって困るのですが、
「体調を考えてセーブするように」周りの人に
言われ、最近は家で大人しく読書したりしています。

ところで、最近気になったことがあったので
そのことについて今日はお伝えします。

※今日は特にリアルビジネスをする人に向けて書いてます。

相変わらず
ツイッターのフォロワー数にこだわる人は多いようです。

ツイッターセミナーでも、

「どうしたらフォロワーが増えますか？」
「フォロワー1 万人を超えるにはどうすればいいですか？」

と必ず聞かれます。

単純に数だけ増やすなら簡単です。

片っぱしからフォローして、フォロー返ししてくれない人を
リムーブする、という作業を繰り返せばそのうち数は増えます。
自動的にどんどんフォローしていくツールも出回っています。
この方法はおすすめしないけれど、やりたい人はやってください。

ただ、気をつけて欲しいのですが、
今、ツイッターのフォロワー数はデフレ化しているように感じます。

単純に数が多い＝集客できるとは限らないので、注意が必要です。

ブログで「とにかくアクセスを集めれば集客できる」
という誤解と同様に、

「濃い人」「あなたのこと、サービスや製品に興味を持っている人」
を集めなければあまり意味がないんです。

ちょうど先日読んだ本

「小さなお店のツイッター繁盛論」/中村　仁　著

の中にも同じような内容のことが書いてありました。

要点だけ抜粋すると

◆飲食業やサービス業において大切なのは
「フォロワーの数ではなく質」

◆個人でやっているお店には、50 人程度の常連さんがいればよい。
その人たちが家族や友人を 1 人ずつ連れて月 2 回来店してくれれば
月間のべ来客数は、200 名。

だから常連さんになり得る 50 名のお客様がフォローしてくれればよい。
来店につながらない 1 万人からフォローされるよりも
お店に来てくれる 50 人からフォローされる方がお店にとって
よっぽど価値があるのだ。

◆ＲＴ（リツイート）でクチコミを広げてもらうには、
「単なる通りすがり」が大量にいるより、たとえ少数でも「大ファン」
がいてくれた方がはるかに力になる。

これはブログでも同じ。

数が少ないよりは多い方がいいという程度で、実際のあなたを応援し
クチコミを広げてくれるのは、「単なる通りすがり」の薄いフォロワー
ではなく、実際にあなたと接点がある人（リアルでも、ネットでも）
なのです。

▼以下の図を見てください。
http://www.l-pocket.com/aoyamahanako/step.pdf

クチコミというのは、「第１層」（あなたのお友達・応援者）が広め、
友達の友達まで伝えてくれることを指します。

やたらとフォロワーを増やしたり、誰でもいいからペタをつけたり
片っぱしから読者登録をする行為は、この第１層をすっ飛ばして、
円の外側にいる第２層、または第３層の人を増やす行為にあたります。

それをやって効果があるのは、誰でも知られている著名人だけ。
無名の人には、費用対効果が薄いのであまりすすめられないのですよ～。

まず第１層に火をつけなければ、クチコミは広がらない、ということを
思い出していただきたいのです。

私の場合を振り返ってみると、セミナーや本のキャンペーンの告知などで
私のツイートをＲＴし、広めてくださったのはいったい誰か？

たくさんからんでくださったのは誰か？

み～んな「第１層」にいる、普段仲良くしているアメブロガーの方や
私の友人たち、お世話になっている方なんです。

その方々が広めてくれて、第２層にいる人に情報が広がり、さらに第３層まで
広がったのです。（ちゃんと分析済です）

インフルエンサーとなった、火付け役の方々は約 50 から 100 人。

ちょうど、普段よくツイッターやブログでコミュニケーションを
とっている人の数と同じでした。

ツイッターから離れて、通常の仕事でも、私のサービスを広め、
お客様を紹介してくださるのは、やはり遠くにいる、見知らぬ人ではなく、
目の前にいる、いつも接していて、コミュニケーションをとったり、
セミナーやコンサルティングに来てくださった方々。

私はそれを良く知っているので、検索エンジンから来る見知らぬ他人より
目の前にいる人、リアルで深く接した人を大事にしているのです。

これは、もちろんビジネススタイルにもよるので、異論を唱える人が
いるかもしれませんが、それで十分ビジネスは成り立つんです。
（注：ネットだけで完結するビジネスの場合は含まれておりません）

考えてみてください。

目の前にいるお客様全員が、たった一人、友人を連れてきてくださったら
単純計算で集客力 2 倍、売り上げも 2 倍になっちゃいます。

そういうお客様がどんどん増えれば、良い循環が起き、
集客力が加速するんですね～。

▼世間は他人でできている
http://www.l-pocket.com/aoyamahanako/blog.pdf

というアメンバー記事でも紹介しましたが、
他人は冷たく、友人は優しいものです。

だから数を追うよりも、
友人のような存在の応援者を増やすことが重要なのです。

あなたがやることは、「目の前の人」を徹底的に喜ばせ、あなたの製品/
サービスに満足してもらい、濃い応援者をまずは 50 人にすること。

数を増やすのは、それからでも遅くないはず。

小さな会社に必要なのは、マスへ目を向けたマーケティングではなく
「目の前マーケティング（私の知人が名づけた）」です。

そうはいっても、どうやってお友達を増やせばいいの？と
思う人もいるでしょう。
「人は接触時間よりも、接触回数の多さに慣れや親しみを感じる」

という法則があります。

たとえば私なら、

◆見知らぬ人がいっぱいの 100 人のパーティに 5 回出るくらいなら
パーティは 1 回にして、同じメンバーがいる少人数のランチ会や
交流会に 4 回出るようにする。

◆なんでもない時にツイッターで一言返信したり、接する回数を増やす
ように心がける。

◆相手がして欲しいちょっとしたことを先にするようにする。
　例えば、応援記事を書くとか、積極的にツイッターでＲＴするとか。

そんな小さなことを積み重ねるだけで、何ヶ月か経てばかなりの差と
なって現れてくるでしょう。

もしあなたが、

「がんばってフォロワーや読者をせっせと増やしているのに
どうして集客につながらないんだろう？」と悩んでいるなら

やることの順番を間違えているという可能性を疑ってみては
いかがでしょうか？

【今日のポイント】

　遠くの人ばかり追ってもなかなか友達にはなれない。
　まずは目の前の人を徹底的に大切にしよう。

　今あなたのいる状態を見極める。力をつけてから
　数を増やしていこう。

　応援し、応援される関係作りを心がけよう。

　濃い読者、フォロワーをコツコツ増やしていこう。

◆アメンバー記事◆

　「誤解だらけのブログ・ツイッター活用法
　　世間は他人でできている」
http://secret.ameba.jp/aoyamahanako/amemberentry-10620669892.html

　も一緒にお読みいただくとより理解が深まります。

⇒続く

ここまでお読みいただきましてありがとうございました。

わからないことがある方は、なんでも遠慮なく
お問い合わせください。
⇒mail@l-pocket.co.jp

==========

★編集後記

==========

◆8 月は夏休みをいただいています

ブログは書いてますが、セミナーやコンサルティング、研修等
は行っておりません。数日後から北海道と屋久島へ行きます。
充電してまた 9 月からがんばります☆

「ビジネスついったー」のグルっぽ 1892 人に！

まだ登録していない方はぜひグルっぽへ参加してくださいね
↓　↓　↓
http://group.ameba.jp/group/8oyh9nUBD4md/

★私のツイッターはこちらです
↓　↓　↓
http://twitter.com/aoyamahanako

※フッター略。

VOL.042　お客様の脳内ＳＥＯに勝ち残ろう！

【パワーブロガーへの道】

★┌─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┐
┃ブ┃ロ┃グ┃じ┃ゃ┃ん┃じ┃ゃ┃ん┃
└─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┘

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

それにしても毎日暑いですね！

昨日乗った電車が故障のためエアコンがあまりきいておらず、
降りたらふらふらになってしまいました。

明日の夜から東京脱出です。

そろそろ北海道は涼しくなっているかな・・と期待しつつ。

さて、前回は「目の前マーケティング」について説明しました。
今日は、その続きを書きます。

◇　◇　◇

一度ブログに訪問して下さったり、ツイッターでフォローしていただいて
【新規】の方を獲得しても、その後、何度も訪問していただかないと
永遠に【いつも新規の人を集客し続ける】ことをしなくてはなりません。

これはお店の集客でも、リアルでも、ネットビジネスでも一緒で、
「リピーター」が作れないと、ビジネスはうまく回りません。

では、ここで質問です。

◆多くの人にリピートしてもらうために必要なことは何ですか？◆

↓

↓

その答えは、

「　思い出してもらうこと　」

なあんだ、と思ったアナタ、
お客さんに「思い出してもらう」というのは簡単ではありません。

そして多くの方がこれができていないのですよ～。

今は、情報があふれる時代。

情報収集に熱心な方は、いろんなものを見ています。

ブログ、メルマガ、ツイッター、ＳＮＳ、Facebook、本、雑誌、
携帯メルマガ、ニュースレター、小冊子、フリーペーパー、
ＴＶ、などなど。

もはやお客様は、検索エンジンで情報を探すだけでなく、
ツイッターのクチコミを見て来るのかもしれないし、
ブログの記事で知って来るかもしれません。

多くの情報の洪水の中で「思い出してもらう」には、
お客様の【脳内ＳＥＯ】に勝ち残らないといけないのです。

【脳内ＳＥＯ】って何？と思った方も多いでしょう。

これは、私が考えた言葉ではなく、

リピーター・固定客作りでデフレを止めるオトコ
一圓克彦さんの名言です。
⇒http://ameblo.jp/dsf-ichien/

一圓克彦さんのブログより下記の文章引用しています

今週末飲み会の幹事を任された方がいるとしましょう。
お店選びの段階になると、
その方の高性能サーチエンジンは場所やジャンル等で
お店を検索します。

この高性能サーチエンジンとはもちろんお客さんの脳です。

お客さんは上位 3 店くらいの中から、
目的に合いそうなお店をピックアップし、予約します。

この脳内サーチエンジンに対して SEO 対策を施すんです。

つまりどんなにブログやツイッターをがんばっていても
いざという時、思い出してもらえない
（脳内の記憶に残っていない）と
「集客」としては弱いということです。

私も、この【脳内ＳＥＯ】に勝ち残るために
いくつかこだわってやっていることがあります。

そのひとつが【ネーミング】

たとえば、ブログだったら「がけっぷち女社長」で思い出してもらう。

言葉だけでなくビジュアルでも、こういう記事を書くことで
何度も繰り返してキーワードを出しています。

がけっぷち扇子を持った画像を使う
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10619010158.html

がけっぷちのエリー 視聴率が「崖っぷち！？」と
全く無関係ながけっぷち扇子と
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10613930927.html

これに何の意味があるのか！？とよく聞かれますが、

もちろん

【脳内ＳＥＯ】に勝ち残るため

ですよ。

私の場合、先に覚えてもらえれば、あとでいくらでも売込むことが
できるので・・・。

あなたのサービス、製品、キャッチコピー、肩書は
お客様に思い出してもらえるものですか？

一度振り返ってみることをオススメします。

→続く

★あなたの名前（ネーミング）、大丈夫ですか？

お客様に思い出してもらえる
【脳内ＳＥＯ】を強化する方法を知りたい方にオススメの本

☆名前買いを起こせ！
http://www.enfan.jp/~nakayama/namae/

中山マコト　著

お友達の中山マコトさんが、満を持して出された本。
「名前買いを起こせ！」

商売は名前（=ネーミング）が全て。

◆名前はターゲットを呼び寄せる
◆こんな失敗していませんか？よくある勘違い
◆インパクトを最大化せよ！誘蛾灯を作れ！
◆好きな言葉は使うな！客観性を持て！

等、知りたいことが全て書いてあります。

今までのネーミング本とは違い、著者自身が実践して
いろんな企業を成功させたというだけあって
超・実践的で、今すぐ使えるヒントがいっぱいです。

しかも、単にノウハウを教えるというものではなく

自分らしく
自分の想いを大事にしながら
ネーミングで劇的に売り上げをアップさせる秘訣が
惜しみなく書かれています。

ひと通り読み終わって
私もまたどんどんアイディアが湧いてきました。

「どんなにすばらしいデザインの商品でも
　いい名前がついていなければ選ばれない」

これは本当に同感です。

一生懸命がんばっているのに、何かが足りないと悩んでいる
あなたのお役に立てるはず！！！

この本は、中山さんの本の中でもかなりの自信作。

私ももう一度読み返そうっと♪

■□今週のつぶやき

　誰かのマネをしても２番にしかなれない。
　それなら、誰もやらなかったことで１番を目指したい

あなたらしいネーミングで、
脳内ＳＥＯを制覇してくださいね☆

ここまでお読みいただきましてありがとうございました。

==========

★編集後記

==========

◆やっとセミナースケジュールのページを更新

いつも「次はいつ？」と聞かれるので、セミナーや勉強会の
スケジュールページを作ろうとブログにメニューボタンをつけてから
数ヵ月（遅すぎッ！！）

やっと少し書いてみました。
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10488931686.html

ブログのメニューからもリンクしてあります。
これからマメに更新するように努力（約束ではなく・・・笑）
しようと思います。

◆お台場で子供に交じってキティちゃんと遊び・・疲れた・・

夏休みの時期をはずすべきでした。
お子様の若いパワーに圧倒されてあえなく撃沈・・

※フッター略。

VOL.043　下手糞の上級者への道のりは、己が下手さを知りて一歩目

【パワーブロガーへの道】

★┌─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┐
└ブ┴ロ┴グ┴じ┴ゃ┴ん┴じ┴ゃ┴ん┘

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

9月に入ったというのに、まだまだ暑い日が続きますが、
みなさまお元気でいらっしゃいますか？

私は、8月はまるまる1ヵ月休暇を取ったおかげで
とても元気です。

おいしいお料理を食べすぎて太ったので、ダイエットに
はげむ日々を送っています。

さて、前回は「お客様の脳内ＳＥＯ」について説明しました。
今日は、別の視点でお届けします。

◇　◇　◇

「一生懸命ブログやツイッターを書いているんですが、
なかなか申込が来ません。一体何がだめなんでしょう？」と

聞いてくる方がいらっしゃいます。

私　　:「申込ページへのリンクはどれくらいクリックされていますか？」

相談者:「えっ？ええと・・・・」

私　　:「申込率はだいたいどれくらいか把握されていますか？」

相談者:「申込率？？？？？」

・・・・・となる方が非常に多いのです。

ブログなら１記事書いて、どれくらい申込ページへのリンクが
クリックされ、その中で申し込む人が何人くらいいるのか

その「基準値」を自分で把握しておかないと、いつまでも
集客できない、申し込みが増えない原因が明らかになりません。

なんとなく気分で記事を書いて

「あ、今回は良かった。結構、申込が来た」

「今回は、全然、申込がないな～」

なんてことを繰り返していても、実力はつかないのです。

いつもより成果が出たのなら、なおさら

「何故、今回の記事は、いつもより申込が上がったのか」

の理由を徹底して追求するべきなのです。

次回から、うまくいったことをとりいれれば、今までよりいい成果が
出るのですから、やらなければもったいないんですよ～。

私が経営のバイブル！？として何度も読み返している漫画
「スラムダンク」の中にこんな言葉が出てきます。

下手糞（へたくそ）の上級者への道のりは、
己が下手さを知りて一歩目

▼こちらで図解入りで解説されています▼
http://www.zeroichi.com/2008/03/post_413.html

自分は今、何がどれくらいできていて、何はできていないのか。
これを正確に把握することが、集客の達人への第一歩なんです。

そのためには、今の状態を「記録」しておきましょう。

・通常のブログ記事を 1 回書くと何アクセスくらい集まるのか
・告知記事内のリンクはどれくらいクリックされるのか
・1 記事で平均どれだけ申込があるのか

集客は単純な「算数」です。

家計簿やダイエットの記録と同じで、まずは原状を数字で
把握するところから始めましょう。

→続く

■先月のブログ記事

こんなブログは読者を逃す★読者登録のチェックポイント 10
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10276544076.html

意外とみんなわかっていない読者登録の効果（1）
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10619836677.html

ブログのネタに困らないために
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10619000556.html

先月、良く読まれていたのはこんな記事。
まだ読んでいなかったらぜひチェックしてくださいね。

ここまでお読みいただきましてありがとうございました。

==========
★編集後記
==========

◆9 月は始まった早々、なんだか忙しい

10、11 月の予定がだいぶ埋まってきました。
夏休み遊んでしまった分を取り返さないと！

◆ツイッターのおかげで旅行がとっても楽しめました♪

現地の人しか知らないお店情報、裏道情報、
当日の天気や秘蔵の●●が買える場所など
たくさんの情報をツイッターで教えてくださった方
本当にありがとうございます。

◆ツイアポ（ツイッターでアポを取る）で豚組にはじめて
今日の夜、行ってきます！

その様子はツイートしますね♪

こんなことをやって欲しい！という要望や質問などがありましたらできるだけ応えていきたいと思いますので、お気軽に
質問やご意見をお寄せください。メールをお待ちしています。
⇒mail@l-pocket.co.jp

★こちらのメルマガは自社配信しています。
バックナンバーを送付希望の方は、お手数ですが
「バックナンバー○号を送ってください」とご記入の上、
⇒mail@l-pocket.co.jp へメールくださいね。

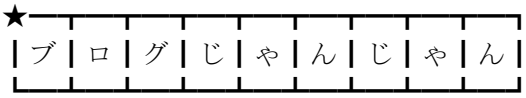
★登録変更・解除はこちら
http://l-pocket.com/aoyamahanako/melmaga.html

★お問い合わせ・ご意見・ご感想はこちら
mail@l-pocket.co.jp

発行人：青山　華子　仕事が取れるブログアドバイザー
Copyright (C) 2010　青山華子　All rights reserved

VOL.044　たった１枚の扉が売上を左右した「社長わがまま事件」に学ぶ配色と配置の重要さ

【パワーブロガーへの道】



http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

最近、お会いする人に「メルマガ読んでます」
「アメンバー記事読んでます」と言われることが増えて
うれしいです。

でもよくよく話を聞いてみると、
ノウハウよりも「毒記事」がウケている様子。

毒記事は、今日の夜アメンバー記事で書きますので
メルマガとは内容を分けていこうと思ってます。

◇　◇　◇

会社員時代のことを思い出すたび、忘れられない出来事が
あります。

私は転職回数がものすごく多いのですが、比較的長く働いていたのは、
不動産業界の「デベロッパー」と呼ばれる業態の会社でした。

デベロッパーとは、不動産を区画・分譲する事業の事業主のことを
指します。つまり土地を仕入れ、マンションや戸建てを企画し、
建築して販売までするという会社です。

ある時、都心のマンション販売モデルルームで。

競合他社の案件は 80 平米くらいの広さの部屋がメインなのに、
私が担当していた物件は 60 平米と、狭いお部屋でした。

金額は若干、安めなものの、周りと比較されるとすごく不利です。

「狭い！」と言われることが予想されたので、
少しでも奥行きを広く見せるよう、
インテリアコーディネーターと練りに練ったプランを作りました。

さて、来週から販売開始！という時になって、突然、社長から
「この扉を使うように」と入れ替え指示がありました。

それを見た瞬間、私たちは凍ってしまいました。

なぜかと言うと、扉はとっても重厚な色とデザインで、
あきらかにお部屋の配色とミスマッチな上、扉だけが
存在感がありすぎて、どう見ても扉だけ浮いている！という
状態になってしまったからです。

単体で見れば、素敵な扉かもしれません。

でも、インテリアコーディネイトというのは、全体の配色が
すごく大切で、お部屋の印象をかなり左右してしまうので、
その扉ひとつ変わるだけで、がらっとイメージが変わって
しまうのです。

しかも、重厚な色は圧迫感があるので、ただでさえ狭い部屋が
ますます狭く見えてしまいます。

社員が大反対する中、

「社長は俺だ！俺が気にいったんだから文句言うな。
いいからこれでいけ」と言われ、

しぶしぶ引き下がる無力な私たち。

モデルルームがオープンして販売が始まってみると
予想通り、お客様からは、

「狭い！」
「収納が少なそう（実際はそうでもないのに）」
「インテリアが好みじゃない」
「もうちょっと広い部屋はないの？」

等、ネガティブな意見ばかりで、全然売れません。

中にはずばり、

「この扉だけがなんか浮いている感じがするんだけど
他の色はないんですか」と指摘してくださった方も！

私たち一同「よくぞ言ってくれた！」って感じだったんですけど、
だからと言って現実は変わりません。
売れ行きが悪い中、毎日怒られながらもがんばりましたよ。

いろんなセールストークを考えたり、チラシの量を増やしたり
もちろんテレアポも飛び込み営業もやれることをやり尽くし、
何ヶ月たっても全然、完売しない。。。

この状態になってやっと「例の扉」を変更することが認められたので
最初の配色&配置でのコーディネートに作り直しました。

それから数カ月かかって、やっとのことでそのマンションは
全室完売となったのでした。

あの、バカみたいな努力はいったいなんだったのか、と思わずに
いられませんでした。

実は、これを同じようなことをブログでやっちゃっている例を
お見かけして、「惜しい」と思うことがよくあります。

私が上記の例をあげて伝えたかったことは、たった１つ。

◆ブログには、売れるデザイン・配色・配置のルールがある！

例えば、色を変えただけでがらりと印象が変わり、
売れゆきが良くなった例もありますし、
たった１箇所、申込ボタンの場所を変えただけで
申込率が 2.5 倍以上になった例も知っています。

「読者数」も、「読者になる」ボタンが見つけやすく
上の方にあったほうが、読者数は増えやすいんです。

ボタンが英語表記になっていたり、どこかをクリックしないと
出てこなかったり、かなりスクロールしないといけない所に
あったり、「画像認証」をしないとだめだったり、というような

ユーザーにとってわかりにくい、見つけにくい、
めんどくさいもの　はできるだけ排除しないと

どんどん「登録率」は下がっていってしまいます。

ブログ内での導線作り、見た目の演出は、集客力をかなり左右します。

もっと集客したい方は、

あなたの目的にあった色やデザインを選び、
配置を工夫して「魅せるブログ」を作りましょう。

「どうしたらいいかわからない」という人は、
ちょうどいい本が出ましたので、これを買って実践してみてください。

↓　↓　↓　↓　↓

◆日本初！◆
アメブロ専用のカスタマイズ本が出ました！

「アメブロをカスタマイズ 魅せるブログデザインを作ろう！」
本岡毬穂 / 中嶋茂夫 著

この本、本当によく出来ています。

→続く

■先週のブログ記事

ブログ・ツイッター燃え尽き症候群にご用心！！
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10645383437.html

メルマガが得意な方がうっかりやってしまいがちなこととは)
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10644620317.html

恥ずかしがりやな夜のアヤシイ男女とがけっぷちな女
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10643238981.html

先週、良く読まれていたのはこんな記事。
まだ読んでいなかったらぜひチェックしてくださいね。

ここまでお読みいただきましてありがとうございました。

==========
★編集後記
==========

◆明日 18（土）はこのセミナーに参加します。

【中山マコトワンコインセミナ：名前買いを起こす方法！】
http://www.enfan.jp/~nakayama/namae2/

見かけたら声かけてくださいね。

◆ツイアポ＆ツイ縁

またまた広がり中です。
ツイアポは本当に早くて便利ですね。

◆本の原稿、苦戦中

先日、聞いたところによると「原稿締切に苦しむ著者が
夜な夜な集まる、編集者出入り厳禁のカフェがある」とか！
いったいどんな人が集まっているのでしょうか。。。

※フッター略。

VOL.045　アクセスアップのその前に かなりの人ができていないこと

【パワーブロガーへの道】

★┌─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┐
┃ブ┃ロ┃グ┃じ┃ゃ┃ん┃じ┃ゃ┃ん┃
└─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┘

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

先日、懇親会でお会いした人に
「青山さんは、味方も作るけど敵も作るよね」と言われました。

「はい。私は好き嫌いがはっきりしていますので
それでいいんです」と答えたらびっくりされましたが、

ビジネスでも、プライベートでも「合わない人」と過ごすのは
時間がもったいないと思ってしまうのです。

◇◇◇

Q：あなたのお客様はどんな人たちですか？

この質問に対する答えを聞けば、その人が集客できるかどうか
ほぼ確実にわかります。

集客できないという人のほとんどは、テクニックの問題よりも

「自分のお客様像が見えていない」

ことが多いのです。
お客様がどんな人かわからなければ、その方たちに
何を提供したらいいのか、どんな言葉で語りかけたら心に響くのか
全くわかりません。

いくらなら払えるのか、どんな媒体で集客したらいいのかも
わかりませんよね。

◆集客できる秘訣は、たったの 2 つ。

1・お客様像（ターゲット）が絞られているか
2・あなたのサービス/商品はそのお客様の問題を解決できるか？

これがＹＥＳであれば、あとは細かいテクニックの問題。

どんどんいい記事を書いたり、アクセスアップをしたり、
売れる文章術を磨いたりすればいいのです。

ところがこの質問に、「30 代、既婚女性」のような、
ぼんやりとした答えしか浮かばない人が多いのです。

いつも引き合いに出しているわかりやすい例をご紹介しましょう。

どちらも 30 代・専業主婦をターゲットとしていながら
2 つの違いが極端に違う雑誌があります。

◆片方は、白金に住んでいるようなお金持ちのセレブが読む
『ＶＥＲＹ』　という雑誌
http://www.fujisan.co.jp/product/2403

目次：
「結局履くのはフラットシューズ」なら、とことんオシャレに快適に
オシャレすぎて感動しました!コンフォートシューズの逆襲
1 年生ママ 2 人の行事別・頼れるブランドはここ!
エレガンス派 滝沢眞規子さん・
ハンサム派 藤原ひろみさんの学校服

◆もう一方は、下町に住む節約主婦を想定した
『すてきな奥さん』　という雑誌
http://www.shufu.co.jp/magazine/okusan/index.html

目次：
ラクゆる収納 100 テクで愛が深まる! お金が貯まる! 時間がふえる!
片づかない部屋に幸せは来ない!
朝つめるだけ!秋の 100 円弁当

ＶＥＲＹは「オシャレ」「ブランド」「エレガンス」「ハンサム」
などのカタカナでおしゃれ～なイメージを想起する言葉が
読者をひきつけています。

それに対して、「すてきな奥さんは」
「お金が貯まる」「100 円弁当」「1 円だってソンしない」など
お得・節約・ソンしないことなどが読者の心をつかむのです。

表紙も比べて見ると興味深いですね。

見た目、使ってある言葉、キャッチコピー、モデル、付録、
入っている広告、紙の質、置いてある場所

全て違います。これほど違いがあるのかというくらいに。

あなたが、もし「ぼんやりと」しかお客様像が見えていなければ、

ＶＥＲＹな方に、「お金が貯まる」「100 円弁当」「1 円だってソンしない」
な～んて言葉を並べて「売れない」「集客できない」と悩んでいるかも
しれません。

あなたのサービス内容は「すてきな奥さんタイプ」にあったレベルなのに、
無理して「ＶＥＲＹな方」を集めようと必死になっているかもしれません。

両方、ミスマッチです。

ＶＥＲＹにはゴージャスを、すて奥（すてきな奥さんの略）には
節約とエコを、訴えなければ集客できないのです。

男性の方は、これを読んでもぴんとこないかもしれませんが、
女性ならきっとピンと来てくれるはず。

スタート地点で間違ってしまったら、その後、どんなにテクニックを
積み重ねてもだめです。

もう一度、あなたの「お客様像」を見直してみてください。
そしてあなたのサービス／商品は、その方々にマッチしていますか？

その方々を満足させられるものですか？

→続く

■先週のブログ記事

ペタ疲れでブログ燃え尽き症候群！？もったいない！
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10652283213.html

本当に浸透させたいメッセージは何度でもしつこく繰り返す
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10282108866.html

読者登録とアメンバーの違いとは
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10653065770.html

■アメンバー記事

占い集客 お客候補はどんな人？わくわくハッピー系マーケティング
http://secret.ameba.jp/aoyamahanako/amemberentry-10652608938.html

【ゴミ＆毒記事】運命は私を 2 度傷つける 恋も仕事も同じオンナに負けそうです
http://secret.ameba.jp/aoyamahanako/amemberentry-10651491698.html

先週、良く読まれていたのはこんな記事。
まだ読んでいなかったらぜひチェックしてくださいね。

ここまでお読みいただきましてありがとうございました。

==========
★編集後記
==========

◆ノウハウ記事は人気がなく毒記事は読まれている・・・

私のアメンバー記事、ノウハウはあまり求められてない様子。
いっぱい書くことはあるんだけれど、ノウハウや裏技はメルマガ
で書き、アメンバーには毒記事を多く書くことにします。

◆ある人とめちゃめちゃ盛り上がった夜

その方と私はとっても似ているらしいです。
筆跡診断の結果、性格的にも合いそうな予感。

↓診断結果はこちら↓
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10655018432.html

そして、鉄道の話題で盛り上がり、
私は「乗り鉄」というヤツだと言われました。

これからは「鉄道仲間」になってしまのか！？
いやいや、私はやっぱり「鉄子」ではないと思うけど！

※フッター略。

VOL.046　お客様像が見えれば好きな言葉も見える 飛びつきワードと地雷ワード

【パワーブロガーへの道】

★
ブ	ロ	グ	じ	ゃ	ん	じ	ゃ	ん

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

雨のせいか急に気温が下がりぐっと寒くなりましたね。
昨日、あわてて長袖の服を出しました。

さて、前回は、30 代主婦向け雑誌「ＶＥＲＹ」と「素敵な奥さん」を
例に挙げ、2 つの雑誌を見比べてお客様像の違い、ターゲットを明確に
することの大切さを説明しました。

何人かの方より「わかりやすかった」とのメールをいただきまして
ありがとうございます。

今日はその続きを書きたいと思います。

◇◇◇

Q：お客様の飛びつきワード・地雷ワードを知っていますか？

言葉というのは不思議なもので、お客様の属性によって
好んで使われる言葉と、反対に嫌われる言葉があります。

前者を「飛びつきワード」、後者を「地雷ワード」と
勝手に名付けています。

例えば、なぜか中小企業の創業社長さんは、

「率先垂範（そっせんすいはん）」

：自分がすすんで手本を示す。模範を見せること。
という言葉が大好きです。

「朝令暮改（ちょうれいぼかい）」

：朝出した命令を夕方にはもう改めるというように、
法律や命令が頻繁に変えられて、一定しないこと。

という言葉も好んで使う人が多いです。

前回のメルマガの雑誌の例で比較しますと、

◆片方は、白金に住んでいるようなお金持ちのセレブが読む
『ＶＥＲＹ』という雑誌
http://www.fujisan.co.jp/product/2403

【飛びつきワード（予想）】

「オシャレ」「ブランド」「エレガンス」「セレブ」
「最高級の」「ゴージャス」

等、おしゃれ～で優雅なイメージを想起する言葉が
当てはまるでしょう。

ちなみに、この雑誌の某号に、

「たまのお仕事もセレブな奥さまにとっては、日常のスパイス」

と堂々と書かれてあり、びっくりした記憶があります！

◆もう一方は、下町に住む節約主婦を想定した
『すてきな奥さん』という雑誌
http://www.shufu.co.jp/magazine/okusan/index.html

【飛びつきワード（予想）】

「お金が貯まる」「100 円弁当」「1 円だってソンしない」
「裏技」「食費は削れる」

等、お得・節約、そして
エコ（←こういうと、ケチなイメージが消えて、節約というより
周囲に聞こえがいい言葉だからだそうです）

この雑誌には、よく

「旦那のおこづかいはまだまだ削れる！」と書いてあって

「世間のご主人にとっては大変！な雑誌だなあ」と
ひそかに思ったことがあります。

「飛びつきワード」とは逆に「言われたくない」「その言葉を聞くと
かちんときてしまう」地雷ワードというものもありますが、
こちらの説明は省略します。

さて、ここまで読んで、言っていることはわかるけれど、
そんなこと言われてもぴんと来ない、と思ったアナタ。

まだまだ「観察力」「傾聴力」が足りません。

そんな人にオススメなのが「雑誌のワーク」

想定しているお客様に人気のある雑誌を何冊か買ってきて、
その中によく出てくる単語にマルをつけていくのです。

雑誌ではなく、ブログの記事をプリントアウトして
やってみてもＯＫです。

何冊かやってみて、同じような単語をグループ化してみてください。
いくつかの特徴ある単語が現れるはず。

・経営者には経営者の
・子育て中のママにはママの
・サラリーマン男性にはサラリーマンの

共通言語、その職業についてなければあまり使わないような言葉、
頻出する言葉、憧れの言葉、が必ずあります。

言葉を意識するようになると、いろんな趣向が見えてきます。

ぜひ一度試してみてくださいね。

■ここまでのまとめ

◆集客できる秘訣　その 2◆

・お客様像（ターゲット）が飛びつく言葉、好きな言葉を使おう

→続く

■先週のブログ記事

ブログの趣旨が違う方向に向かってしまう例と防止策 2
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10188399942.html

文句や批判、不満を自分の力に変える方法
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10654553848.html

■アメンバー記事

【毒記事】パワーブロガーのブログは面白くない件
http://secret.ameba.jp/aoyamahanako/amemberentry-10657015124.html

先週、良く読まれていたのはこんな記事。
まだ読んでいなかったらぜひチェックしてくださいね。

ここまでお読みいただきましてありがとうございました。

==========
★編集後記
==========

◆仙台に行ってきました

中山マコトさんのワンコインセミナーin 仙台&懇親会に乱乳。
持っていった本は完売でした。ありがとうございました。
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10658361137.html

11/27（土）にまた仙台でセミナーやる予定です。

◆開運サインを練習に

私のサインをプロデュースしてくださった筆跡鑑定師の林香都恵
さんのオフィスにお邪魔し、サインの練習をしてきました。
http://ameblo.jp/shokado/

中嶋茂夫さんも開運サインを依頼中のよう。どんなサインができるか
私も楽しみです。

◆9 月 29 日（水）18:30-20:00

名古屋のあの有名人が初の東京開催！
ツイッター名古屋交流会代表　"寅さん"の"寅塾"
http://twinagoya.ning.com/group/tiger_mng_tips

私も、交流会に乱乳します！

◆9 月 30 日（木）以降はひきこもり週間

2 冊目の本の原稿を執筆するため、ひきこもる予定です。
お願い、この期間は飲みに誘わないでね～。
おいしいもの&飲み会の誘惑に弱いのです（笑）

※フッター略。

VOL.047　レストランでワインのウンチクを語る男性、あなたは好きですか？

【パワーブロガーへの道】

★┌─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┐
└ブ┴ロ┴グ┴じ┴ゃ┴ん┴じ┴ゃ┴ん┘

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

なんだか急にメルマガの読者登録が増えたな～と
思ったら、パワーブロガーの田渕さんのブログで
知らない間に紹介されていたんですね。

ご紹介してくださった田渕さん、
そして、ご登録くださった方、本当にありがとうございます。

最近、仕事が増えてなかなか前のようにブログが書けないのが
もどかしいのですが、今月を乗り切るまでがんばろうと思います。

さて、前回は、30代主婦向け雑誌「ＶＥＲＹ」と「素敵な奥さん」を
例に挙げ、お客様の飛びつきワード・地雷ワードについて説明しました。

今日は、多くの人がついやってしまいがちな
「大いなる勘違い」について書こうと思います。

◇◇◇

Ｑ：レストランでワインのウンチクを語る男性を
　　あなたは好きですか？

大好き！という方がいたらごめんなさい。
私は、この手の男性がとっても苦手なんです。

（なぜか女性にはあまりお会いしたことがありません）

ワインのことはあまり詳しくないのですが、
要は「おいしければいい」ので、ウンチクはほどほどにして欲しいと
こちらは思うわけです。

ところが、

飲む前も飲んでいる最中も、次を頼もうとした時も、
えんえんとワインリストを見ながら、

ワインについて、

延々と御託を並べて自分に酔っている方を
たまにお見かけしてしまうのです。

はい、あなたが、「ワイン通」なのはわかりました。

でも、それはそういう人同士で盛り上がってね・・・と心の中で
ぼやいてしまいます。

私は、おいしい食事を楽しみに来たのであって、あなたのワインの
ウンチクを聞きに来たのではありません、と言えたら
どんなにすっきりするでしょうと内心思いながら聞いていることも。

これを読んで、「そうそう」と思った方はわりといらっしゃるのでは
ないでしょうか？

ワインに限らず、あらゆる分野において、ウンチクを語りたがる男性って
一定数いらっしゃいますもんね。

ところが、これをやりすぎると、たいてい女性に嫌われますから要注意です。

語っている方は、

「こんなに知識豊富なオレってかっこいいだろ！？」
と思っているかもしれませんが、聞いている女性の多くはきっと

「ウザイ！いつまでしゃべってるつもりなんだろ～。
「早く別の話にうつってくれないかな～！」

と思っているに違いありません。

どうしてこんな話を書いているかというと、
実は、これを堂々とブログでやっちゃってる人が、思いのほか
多いからです。

私は、仕事上、多くのブログを定期的に見ています。

■集客できないと言っている方のブログ、
■なかなかコメントがつかないと困っている方のブログ、
■「相談業」をしている人であまりアクセスが集まっていない方のブログ

たいていこれをやっちゃってますね。しかも本人は無自覚です。

メルマガ NO30　「メソッドを売るな効果を売れ」　で
こんなことを書きました。

なぜか多くの人は「ウンチク語り」から先にやろうとしてしまいます。

たとえば、

ＡＢＣダイエットとは何か
ＡＢＣダイエットがいかに素晴らしいか
ＡＢＣダイエットのノウハウはこんなに奥深い

でもね・・・・人は興味がないもののうんちくやノウハウなんて
1 秒だって聞きたくないんです。
あなたもそうですよね？

「アインシュタインの相対性理論」についてのお話しを
毎日、ブログで読みたいですか？

誤解や批判を恐れずに言えば、サービスを受ける方は、
なんとかメソッドがどんなものかなんてどうでもいいんです。

その「効果」さえ得られれば、うんちくなんか
知らなくたって構わないんです。

要は「やせられればいい！」んです。

あなたのそのサービスにお金払ったら本当に私はやせられるのか！？
ということが知りたいだけなんですから。
だからメソッドを語る前に「効果」を語ってください。

あなたのサービスを受けると、いったい何がいいのか？
どんな素敵な私になれるのか？

が、まっ先にお客様が知りたいことです。

それについての実績や、成功事例や、お客様のビフォアアフター、
をどんどん紹介するだけでお客様はやってきます。

メソッドについて熱く語るのは、根拠を質問された時だけ、
というくらいでちょうどいいのです。

それくらい、人は「自分のこと」にしか関心がないと思っておくと
ずいぶん集客がやりやすくなると思います。

■あなたは、レストランでワインのウンチクを語る男性タイプ
　になっていませんか？

　一度、ご自身を振り返ってチェックしてみてくださいね。

◆集客できる秘訣　その 3◆

・メソッドではなく「効果」をわかりやすく訴えましょう

お客様は、あなたの自慢話は聞きたくない。
それより自分がどう素敵になれるのか語って欲しいのです。

→続く

■先週のブログ記事

ブログのネタの探し方 書くことをどうやって集めるか
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10247119681.html

ソーシャルメディアの ID、顔写真、ニックネームは全て統一した方がいい
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10669401811.html

■アメンバー記事

マスコミに出ると本当に儲かるの！？私が顔出ししない理由と黒～い歴史
http://secret.ameba.jp/aoyamahanako/amemberentry-10671067277.html

先週、良く読まれていたのはこんな記事。
アメンバー記事は、なんだか盛り上がっていたようです。

まだ読んでいなかったらぜひチェックしてくださいね。

ここまでお読みいただきましてありがとうございました。

わからないことがある方は、なんでも遠慮なく
お問い合わせください。
⇒mail@l-pocket.co.jp

==========

★編集後記

==========

◆10 月はひきこもり中心です

2 冊目の本の原稿執筆に、教材制作に、「漫画で学ぶ会社のオキテ for ゆとりちゃん」のストーリー制作、研修プログラムの開発と
今月はほぼ制作でひきこもりが続きます。

◆お金がある所からはたっぷりと、ない人からはそれなりにもらう

それが私のモットーです（爆）

企業向けのサービスは、他社より２、３割は高くしています。
最近また値上げしました。
直接は関係なくても、これもブログ効果だと思っています。

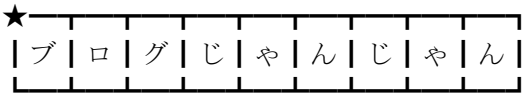
◆11 月は月の半分は東京にいません

なんだかすごいスケジュールになってるみたい。
飲み会のお誘いはお早めに♪

※フッター略。

VOL.048　モテる人と売れる人の共通点は〇〇〇を熟知していること

【パワーブロガーへの道】



http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

突然ですが、あなたは、

「何故、男性はベンツを買うのか？」の真の理由が
わかっていますか？

◇◇◇

？

？

？

？

えっ？そりゃベンツが好きだからでしょ、と思いますか？

デザインが好き、安全だから、安心なクルマだから、高級車だから？

いろんな理由があると思いますが、ここにあげたようなものは
【表の欲求】と言われます。

「キレイな欲求」（もっともらしい理由）と言いかえるとわかりやすいですね。

そして、誰もが思っていても、あまり口に出さないのが
こちらの【裏の欲求】です。

【裏の欲求】

・セレブになったような錯覚ができる
・「優越感」を得られる
　ベンツに乗れる俺ってカッコイイ＝成功者のイメージ
・ベンツに乗っていると金持ちに見えるかも
・ベンツに乗れば女性にもてるかも
・周りの人からすごいと思われるかも
・仕事ができそうに見えるかも

※セルシオでもなんでも高級車を買う人の心理として例に出しました。
※全員があてはまるわけではないです。念のため。

経営者なら「担保にしやすい」とかもあるのかもしれないですね。

車という物は、ある種、ステータス(社会的地位)の象徴ですので、
多かれ少なかれ、こんなことを考えている人は多いのです。

ちなみに、私は起業した男性社長さんに飲みの席で
「どうして起業したんですか？」と聞いて回っていたことがありましたが

多くの方が、

「金持ちになって女にモテたいから！」

と素直に回答されました。

お酒が入っていない席では、
「ビジョンがどうの～　社会的貢献がどうの～」と
さんざん言っていたのに、裏の理由なんてこんなもんです。

でもこっちの方が私には納得できましたね。
あ、そうか～そうだよね～と。

人間は絶えず周りを気にしている生き物です。

ブログでもチラシでも、
「裏の欲求が満たされそう」と思う作りにすると、

反応が上がるのです。
でも、「裏の欲求」はお客様の頭の中で想像させることが重要。
あまりにもずばり裏の欲求を書いてしまうのはＮＧです。

メルセデスベンツやセルシオの広告に、

「乗れば間違いなく女にモテる車です！」
「金持ち&セレブに見られたいあなたに！」
「一瞬ではったりをきかすのに最適なクルマはこれ！」

なんて書いてあったら買わないのです。
いえ、正確にいうと買いにくいわけです・・・・。

人は、「表の欲求」と「裏の欲求」、2 つ持っている。
建て前と本音ってやつですね。

この、言葉には絶対に出さないけれど、「裏の欲求は何か」を
ちゃ～んとわかっている人は、恋も仕事も手に入れます。

モテる人＝「相手の気持ちがわかる人」

もっと言うと「いちいち言わなくても、私が何をして欲しいか、
何を言って欲しいかタイミング良くわかってくれる」

これがモテる秘訣です！
（いったいなんのメルマガなんだ、と怒らないでくださいね）

お客様の心をつかむのも同じことです。

相手の「裏欲求」はなんなのか？
これを察知できるようになったら売れます、なんでも。

集客とは、ある意味　【心理戦】。

あなたも、今日から意識して考えてみましょう。

◆集客できる秘訣　その 4◆

・人には表と裏の欲求があることを理解しよう

・ネットだけの販売なら裏欲求をストレートに満たすものが
売れてます。

（例）エロ系、アダルトグッズ、呪いのわら人形　バイアグラ　など

呪いのわら人形は、20 年以上もコンスタントに売れ続けている
ベストセラーですが、決して「リアル店舗」では売れないものです。
これもヒトの心理をよくついているといえますね。

→続く

◆山手線と東海道新幹線では、どちらが儲かっているのか？
http://www.facebook.com/JapanRailways?v=app_4949752878

いすみ鉄道貸切懐石列車でお会いしましょう
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10681389283.html

という記事で書きましたが、特典の貸切懐石列車に
私も「友情出演」しま
勝手に「乗り鉄」認定されてしまいましたが、
それについての問い合わせにはノーコメントで。

ここまでお読みいただきましてありがとうございました。

わからないことがある方は、なんでも遠慮なく
お問い合わせください。
⇒mail@l-pocket.co.jp

★こちらのメルマガは自社配信しています。
バックナンバーを送付希望の方は、現在、準備していますので
もうしばらくお待ちください。

==========

★編集後記

==========

◆10 月はひきこもり中心

引き続きひきこもり中でがんばっております。

◆12/4（土）14-18：00 はアメブロガー大忘年会 in 六本木

田渕さんがアメンバー記事で書いていましたが、
やります！予定空けておいてくださいね。

詳細は近日中に告知します。

★私のツイッターはこちらです
↓　↓　↓
http://twitter.com/aoyamahanako

※フッター略。

VOL.049　お客様はどこを見ているのか 熟知している人が売れる法則

【パワーブロガーへの道】

★
┌──┬──┬──┬──┬──┬──┬──┬──┬──┐
│ブ│ロ│グ│じ│ゃ│ん│じ│ゃ│ん│
└──┴──┴──┴──┴──┴──┴──┴──┴──┘

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

このところ、うれしいことにメルマガの登録者が増えています。

ブログやツイッターを使って集客や認知度を上げる方法について
書いていきますので、

新しくメルマガを登録して下さった方、今日からどうぞよろしく
お願いします。

◇◇◇

先日、ある「恋愛の教祖」と言われる方とぶっちゃけトークをしていて
盛り上がったのですが、二人が共通した意見がありました。

特別美人でもないのにやたら男性にモテる女性とは、

ズバリ

「女性より男性目線を意識したファッション、行動を
　恥ずかしげもなくできる女である」

こういう女性は、同性から見るとどう見えるかというと

◆ちょっとダサい　垢ぬけないファッション
◆男と女の前では態度が違うイメージ
◆全然美人ではない

なのです。
でも、このタイプはモテます。間違いないです。

逆に女性が憧れ、理想とするファッションを極めすぎると
男性には思いっきりウケの悪い「敬遠したい女」になってしまうので
注意が必要です。

最先端のファッションに身を包み、いくら女を磨いても
悲しいかな世の中の多くの男性は、女性に比べてかなり保守的で
最近は「草食男子」が増えているせいもあり、
ま〜ったく理解されないのです。

その良さをわかってくれるのは、アパレル系の仕事をしているとか、
モデルであるとか、ごく一部の男性のみ。

男性目線、女性目線では、そもそも見ているところ、

【チェックポイント】が大きく違う
~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~

ことが多いのです。

これと同じことがビジネスの現場でも当てはまります。

性別だけでなく、年齢、職業、思考、ライフスタイルによって
お客様がチェックしているところはそれぞれ違います。

例えば、弊社にはシステムエンジニアとデザイナーの男性が
いるのですが、この二人、同じサイトを作っているのに、
同じものを見ても「見えている景色が全然違う」んです。

デザイナーさんは、文字も「デザイン、装飾の一部」に見えるらしく
なんどお願いしても、「文字の読みやすさ」より「カッコよさ」を
優先しようとしてしまいます。

一方、システムエンジニアの方は、「文字」しか目に入らないらしく、
デザインも「文字列の一部」にしか見えていないようなのです。
「Ａ案とＢ案、どちらがいいと思う？」と尋ねても
「僕にはその違いが良くわかりません」と答えることがほとんど。

私から見たら、Ａ案とＢ案は全く違うのですが、本人いわく
「デザイン音痴」なので、違いがあまりよくわからないというのです。

こういうギャップは、素人であるお客様と、プロであるあなたの間には
よく起こりがちです。
~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~

あなたには、わかりすぎているほどわかっていること、
見えすぎて困るほど見えることが、

実は、お客様には理解できていない、見えていないことが多いのです。

ですから、あなたがやるべきことは３つ

１・お客様の【チェックポイント】を知ること

金額にこだわっているのか、品質重視なのか、カッコよさなのか
安全性なのか？

前回のメルマガで「ベンツやセルシオを買う人の心理」を説明しましたが、ベンツを買う人と、軽自動車を買う人とでは、
当然、【チェックポイント】が違います。

２・その【チェックポイント】が合格ラインに達していること。
お客様の目から見て素敵に見えていること。

３・お客様が「わかる言葉」「わかる見た目（ディスプレイ、ブログの配置など）を使っていること。

チェックポイントが分かればＰＲするべきことも見えます。

必然的に、ブログやツイッター、メルマガなどに書くべき内容も
決まってきますね。
ここがズレていると、なかなか集客できません。

恋愛の法則：

「女性より男性目線を意識したファッション、行動を
恥ずかしげもなくできるのがモテる女である」

↓

ビジネスの法則：

「自分の好みより【お客様目線】を意識した記事、魅せ方を
迷いなく出来る人が売れる人である」

※もちろん例外はありますよ。でも、案外このギャップを理解せず
記事を書いちゃっている人が多いんですよね。

◆集客できる秘訣　その 5◆

・お客様はどこを見ているのか「チェックポイント」を知ろう

■先週のブログ記事

こんなブログは読者を逃す★読者登録のチェックポイント 10
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10276544076.html

アイドルはうんちしない に見るブランディングの視点
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10686227050.html

■アメンバー記事

マスコミに出ると本当に儲かるの！？私が顔出ししない理由と
黒～い歴史・続
http://secret.ameba.jp/aoyamahanako/amemberentry-10684575727.html

先週、良く読まれていたのはこんな記事。
まだ読んでいなかったらぜひチェックしてくださいね。
→続く

ここまでお読みいただきましてありがとうございました。

わからないことがある方は、なんでも遠慮なく
お問い合わせください。
⇒mail@l-pocket.co.jp

★こちらのメルマガは自社配信しています。
バックナンバーを送付希望の方は、現在、準備していますので
もうしばらくお待ちください。

==========

★編集後記

==========

◆ブログのヘッダデザインを変えました

⇒　http://ameblo.jp/aoyamahanako/

賛否両論でしたが、いかがでしょうか？

◆12/4（土）14-18：00 はアメブロガー大忘年会 in 六本木

歌や踊り、ヒモもあるとかないとかで盛り上がっています！
ツイッターやっている人は、＃ameblo1204 でつぶやいてね。

参加したい人はぜひ予定空けておいてください。
詳細は近日中に告知します。

↓詳しくはこちら↓
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10686317610.html

※フッター略。

VOL.050　成功はお客様との会話の中に ●●を変えて売上 20%以上アップの美容室

【パワーブロガーへの道】

★
| ブ | ロ | グ | じ | ゃ | ん | じ | ゃ | ん |

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

気がついたら、2010 年も残り 2 ヵ月を切りましたね。
このところ、飛ぶように時間が過ぎていきます。

あなたのビジネスは、順調に進んでいますか？

私は、やっと本の原稿を書き終わり、少しほっとしているところです。

こちらのメルマガでは、主に、ブログやツイッターを使って
集客や認知度を上げる方法について書いていきますので、

新しくメルマガを登録して下さった方、今日からどうぞよろしく
お願いします。

◇◇◇

先日、ある美容室へ行きました。

ここは、海外情報を交換するコミュニティがきっかけで店長さんと
知り合い、いつの間にか私がブログやツイッターの集客をちょっと
だけお手伝いすることになったお店です。

店長さんは、50 代の女性。
こちらがびっくりするくらい勉強熱心な方です。

最初の頃は、ブログやツイッターに慣れていなくて、

「あれが大変」「これが大変」といつ何を聞いても
「大変」だとおっしゃっていました。（苦笑）

先日、おそるおそる、
「最近はいかがですか？」と質問したら

◆「○○を変えてからネット、ブログ経由のお客様が増えてます！」

とのこと。

「まだまだネットに慣れませんけど、
お客さんが来るのでやめられないですね」

と笑顔でにっこり答えてくださいました。

大きく変えたのは何かと言うと、実は、「営業時間帯」です。

開始時間を、どこよりも早い 9 時に、結婚式などのシーズンは、
8 時にオープンすることにし、その分、終了時間も早くしました。

そのヒントとなったのは、yahoo 知恵袋に書きこまれたこんな書き込み。
（内容は一部、変更しています）

Q：
友人の結婚式が 12：00 から始まります。
早めに美容室で髪をセットしてもらいたいのですが、
8 時くらいからやっている美容室は
●●あたりでありますでしょうか？
教えていただければ幸いです！

実は、ここの美容室の営業エリアには、大きな結婚式場、ホテルが 5 軒
あるのです。

お客様との会話でもよく、
「オープン時間がもっと早ければいいのに」と言われていました。

もちろんお客様の希望があれば、お願いすると早くお店を空けていたよ
うですが、多くのお客様はそのことを知りませんでした。

そこで、ブログやツイッターなどに、その旨を書くようにしたところ、

結婚式やイベントに出席する人だけでなく、忙しいママや、ビジネスウ
ーマンの方など、「出勤前にささっと髪を切りたい」「プレゼンの前に
髪を切って欲しい」「子供の発表会前にヘアメイクをして欲しい」とい
う人が殺到し、朝の予約枠はあっという間にいっぱいになってしまった
のだそう。

そこで、思い切って営業時間を変更し、

「●●地域で一番朝が早い美容室」

等のキーワードで、いろんなサイトに登録しまくったところ、
それを見て来店する人が増え、売上が 20%以上アップしたそうです。

全国展開しているチェーン店ではないので、すぐに思い立って営業時間
を変えられる行動力がすごいですが、

これが他の美容室とのわかりやすい差別化になり、
ＰＲがしやすくなったとうれしそうでした。

朝早いと大変ではないですか？と聞いてみたところ、
あれほどブログやツイッターは大変、大変と言っていた店長さんが、

「シフト制で 2 交代なので問題ないです。むしろママの美容師さんは
早く帰れるので喜んでいます」とのこと。

やってみてわかったことですが、このエリアに住んでいる方は、
忙しい方が多く、美容室にゆっくり時間をかけられないそうなのです。

そこで、忙しい人がさっと受けられるように「15 分ヘッドスパコース」
「15 分クイックメイク」などの「クイックメニュー」を作ったところ、
これもヒットしているようです。

反対に、ここの近くの別の美容室は「夜遅くまで営業している美容室」
という点をＰＲされていました。確か営業時間は、
13：00-24：00 か 25：00 くらいまでだったように記憶しています。
上手に住み分けして、お客様のニーズに応えているのですね。

私がここで言いたかったことは、

単純に「営業時間帯を変えましょう」ということではありません。

実際の経営は、人件費や光熱費などのコストをシビアに考慮しないと
いけませんので、実行する前に綿密な計算は必要です。

ただ、いろんな情報が混在している現在、

「わかりやすい、覚えられるキャッチコピー」は
ネットで検索され、口コミを起こすためにかなり重要だということ。

そして、いつでも

「お客様の動向をしっかり見ている人がビジネスを制する」のだなあと
思った出来事でした。

→続く

◆集客できる秘訣　その 6◆

・お客様はあなたのお店（サービス、製品）を
なんというキャッチコピーで口コミするのか
なんというキーワードで検索するのか
を考えてみよう

■先週のブログ記事

読者を絞らないで失敗した例★あるブロガーさんの告白（実話です）
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10290234185.html

ネットこそプラスアルファの【アナログ】が大事
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10388205156.html

先週、良く読まれていたのはこんな記事。
まだ読んでいなかったらぜひチェックしてくださいね。

ここまでお読みいただきましてありがとうございました。

わからないことがある方は、なんでも遠慮なく
お問い合わせください。
⇒mail@l-pocket.co.jp

★こちらのメルマガは自社配信しています。
バックナンバーを送付希望の方は、現在、準備していますので
もうしばらくお待ちください。

==========
★編集後記
==========

◆11 月はセミナー多し。珍しく女性向けが続きます。

来週は、松原靖樹さん主宰のセミナーフェスタで
セミナーをやります。
⇒http://ameblo.jp/ym11/entry-10691141159.html

◆12/4（土）14-18：00 はアメブロガー大忘年会 in 六本木

パワーブロガーの田渕さん、こだわり社長の只石さん、
ハッピーコーディネーターのみさきのゑさんと限定 50 人で開催。

歌や踊り、ヒモもあるとかないとかで盛り上がっています！

参加したい人はぜひ予定空けておいてください。
申込開始は、もうしばらくお待ちください。

↓詳しくはこちら↓
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10686317610.html

※フッター略。

VOL.051　大盛りラーメンを作れ！ 口コミを広げたくなるネタを考える

【パワーブロガーへの道】

★
┌──┬──┬──┬──┬──┬──┬──┬──┬──┐
│ブ│ロ│グ│じ│ゃ│ん│じ│ゃ│ん│
└──┴──┴──┴──┴──┴──┴──┴──┴──┘

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

このところブログとは全く関係のない仕事の締め切りに追われ
メガネ生活が増えて、ますます女性の美から遠ざかっております。

あなたのビジネスは、順調に進んでいますか？

こちらのメルマガでは、主に、ブログやツイッターを使って
集客や認知度を上げる方法について書いていきますので、

新しくメルマガを登録して下さった方、今日からどうぞよろしく
お願いします。

◇◇◇

Q：ネットで口コミを広げるにはどうしたらいいのですか？

という質問をいただくことが増えました。

私は、口コミ専門家ではありませんので、詳しいメソッドなどは
知りませんし、

「これをやったら確実に口コミが増える」という方法も知りません。

ただ、今までのいろんなトライアルや経験から

これからはますます「写真戦略」「動画戦略」が重要になってくる
だろうと感じています。
ブログやツイッターなどを書いている人は、常に「面白いネタ」を
求めています。

フェイスブックでもそうです。

それは、私のブログのこちらの記事が、
↓
ブログネタ探しに困ったら/ネタを見つける
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10179126313.html

年間通して、コンスタントに検索エンジンからのアクセスを
集めていることからもわかります。

ですから、ラーメン屋さんでいうところの

「大盛りラーメン」みたいな目玉メニューを作るというのは
いかがですか？と提案しました。

たとえば、こんな感じに↓

衝撃の「超大盛りラーメン」写真集
http://jp.blogs.com/2010/08/ramen-pics.html

注：本当に「大盛りラーメン」を作りましょう、ということでは
ありませんよ。

思わず写真にとってブログに載せたくなるような、

◆インパクトがあり
◆一目見て何なのかがわかり
◆つい誰かに言いたくなる

【わかりやすいもの】【面白いもの】

を目玉として何か作れませんか？という意味ですので、
誤解のないように。
多くの人は、難しいことはよくわかりません。
長い説明をじっくり聞いている時間もありません。

◆ウチの素晴らしいサービス、製品を試してもらったら
その良さがわかるはず。

よくそのように反論されます。

それはその通りなんですが、

　まず試してもらうには、お店にお客様が来店
　または、製品を購入

してもらわないとだめなんです。

お店に行く前に

　「おいしそう」
　「面白そう」

と思ってもらわないといけないんです。

それには、

　ビジュアルで「魅せる」
　一言で「伝わる」

特徴のある何かがないと、
なかなかお客様の心を動かせないのです。

「大盛りラーメン」で全てを理解されなくても大丈夫です。

他の製品・サービスのすばらしさの説明は、
来ていただいてからゆっくりすればいいのですし、
すばらしい体験をしたら、その良さが伝わることでしょう。
私も「いかに１度お会いした人に覚えてもらえるか」については
いろいろ工夫をしています。

例えば名刺が、このような所で取りあげられたり

⇒http://ht.ly/36Fuq

　名刺の高木さん、ありがとうございます！

がけっぷちの扇子をいつも持って写真を撮ったり
キティちゃんがいっぱいついている携帯を持ち歩いたり

⇒http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10702981158.html

それが何の仕事の役に立つの？と思いましたか？

私の場合、営業を長くやっていましたので、
お会いした後のクロージングはわりと得意な方です。

ですから、「認知度」が高まってくれれば
きっかけはどんなことでも構わないんです。

さて、あなたの「大盛りラーメン」はいったいなんでしょうか？

あなたのお店に、つい写真を撮ってみたくなるモノ、メニューなどは
ありますか？

ブロガーやツイッターをやっている人というのは
たいてい「新しいもの、面白いもの」が大好きな人たちです。

私も、例外ではありません。

そんな面白いネタがあるお店なら、
頼まれなくてもどんどん写真を撮って広めてしまいますよ。

あなたもぜひ、面白いネタを考え抜いてくださいね。

→続く

◆集客できる秘訣　その 7◆

・口コミを広げたくなるネタ
　独自の「大盛りラーメン」を作ろう

■先週のブログ記事

検索エンジンから安定してアクセスを集めてくれる集約ページの存在
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10242398184.html

ソーシャルメディア疲れを起こさないために
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10701532691.html

ブログの軸と自分の立ち位置と方向性を確認する図
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10292521638.html

先週、良く読まれていたのはこんな記事。
まだ読んでいなかったらぜひチェックしてくださいね。

ここまでお読みいただきましてありがとうございました。

==========

★編集後記

==========

◆「私はＡＯである」発言が一人歩き中

先日のセミナーで、私は【ＡＯ】であるとお伝えしたら、
いつのまにかそれが定着しちゃった様子。

ＡＯとは？

Ａ　頭　　Ｏ　おかしい
Ａ　アクティブな　Ｏ　オタク

の略だそうです。

AOYAMA　の「AO」を見ると思いだすのだそうで・・・。
これもいわゆる「大盛りラーメン」か！？

◆13（土）は、面白い人たちに会えるイベントに行こう！

中山マコトさんの
「頑張れ宮崎！口蹄疫に負けるな！チャリティイベント」
＆
「中山マコト２０１０年出版記念パーティ」

編集者さんをはじめ、各界で活躍されている方々が大集合する
こちらのイベント。毎年、ものすごい盛り上がり、
ここから出版につながった方もたくさんいるそうです。

今年は、例年以上に楽しそうな内容。
もちろん私も参加します。

↓詳しくはこちら↓
http://www.enfan.jp/~nakayama/charity/

※フッター略。

VOL.052　自分 11 倍計画のゆくえを検証。ブログ、出版のブランディング効果は？

【パワーブロガーへの道】

★
ブ	ロ	グ	じ	ゃ	ん	じ	ゃ	ん

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

このところ仕事やイベント続きで、
かなり久しぶりの発行となってしまいました。

さて、あなたのビジネスは、順調に進んでいますか？

今日は、いつもの「集客」の話しから少し離れて

このメルマガのタイトルにもなっている
「自分の価値を 11 倍高める」ことについて書いてみたいと思います。

◇◇◇

以前、「夜のシークレット勉強会」
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10387878045.html

無名の人でもできる弱者の人脈形成術
～増やす人脈、切る人脈～

という勉強会を開催したことがあります。

何が「シークレット」なのかというと、

上の記事の中に写真が載っていますが、私が開設当時からブログで
やってきた、効果があったこと、なかったことを全部、書きとめた

「私のマル秘ノート」（手書き！）を参加者のみなさまに公開したから
なのでした。

その中に「自分の価値を 11 倍高めるために」
という項目があって、今、読み返すとなんだかとても懐かしいです。

■2008 年 12 月のアメブロの読者数、約 400 人。

▼
▼
▼

■2010 年 12 月の読者数は、5,213 人。

読者数では、11 倍以上になっていますね。

アクセス数も、当時は 1000ＰＶ/1 日くらいだったので
11 倍前後になっています。

振り返ってみると、次のような変化がありました。

【新規顧客数】　　11 倍以上増加
【既存顧客の反応】値上げして契約続行中
【紹介の数】　　頼まなくても微増
【スタッフの変化】ブログをやって社内のベクトルがそろった
　　コミュニケーションがうまくとれるようになった

さらに出版して、顧客の層が随分変わりました。

一番喜んだのは、スタッフです。
これが一番私にはうれしいことでした。

一番冷たいのは、私の両親で、未だに私が本名で本を出版
しなかったことを怒っています（苦笑）

そして、
「ツイッターとかそんなよくわからない内容の本なんか
読んでもよくわからないから、いらん！」と言われ・・・。

ま、それはともかくとして、

ブログをやったことで、出版にもつながったことを考えると
これはすごいことだと自分でも思います。

タイミング、本の中身、営業戦略にもよりますが、
上手にマイメディアを活用すると、効果は大きいです。

ただ、いいことばかりだったかというと、もちろん
デメリットもありました。
デメリットについては、また別の機会に紹介します。

自分が比較的、うまくいった原因を検証してみると

・対象者（ターゲット）とのマッチング

・ＳＥＯよりインパクト重視（私のビジネスの性質上）

・小道具をうまく使ったこと

・フツーはあまり使わないキーワード
　例）がけっぷち、ゴミブロガーなど

・キーマン戦略

・ブログ、ツイッターで「出会う」前と後をフォロー
　※今回の本で詳しく解説

などがあげられますが、

なんといっても

「このやり方が、自分の性格・キャラクターにあっていたこと」
「微妙にポジショニングを変えて行ったこと」

が、決め手ではないかと自分では思っています。

まだまだ発展途上ではありますが、認知度が上がると
デメリットもある半面、格段に営業は楽になりますね。

ブログの記事にも書きましたが、このことはうれしい反面、
同時に、ちょっと複雑な気持ちになるのです。

何故かって？

だって、

私の言っていることは、
2 年前とちっとも変わっていないからです。

さらに言えば、本質的なところでは、
私は、10 年以上同じことをずっと言い続け、伝え続けています。

でも、以前は

誰も私の話を聞いてくれなかった。
聞いても、軽くスルーされていた。

少しでも有名な人、影響力がありそうな人の話でないと
誰も耳を傾けないのだ、という、シビアな現実がそこにありました。

何を今さらと思うかもしれませんが、やってみて始めて
痛感したことでした。

私が急にすごくなったのではありません。

ただ、以前より「認知度が上がっただけ」です。

続きはこちらで↓
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10730889157.html

自分の正直な考えとしては
「ブランディング」「ブランディング」と騒ぐのは
「？」と思う時があります。
ただ、正しいやり方で、あなたの専門性を認知してもらい、
「選ばれる」「探される人になる」
ことは、これからますます重要になってくるでしょう。

ブランディングについては、何回かに分けて詳しく説明して
いきたいと思っています。

→続く

■先週のブログ記事

【恐怖のブログ中毒】燃え尽き症候群にご用心　5 つのブログ地獄
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10288955753.html

もしアメブロがなくなったら？記録ではなく【記憶に残る人】になれ！　検索される人になろう！
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10727700837.html

イベント参加前にやっておくこと（1）名刺編
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10724834916.html

先週、良く読まれていたのはこんな記事。
まだ読んでいなかったらぜひチェックしてくださいね。

ここまでお読みいただきましてありがとうございました。

==========

★編集後記

==========

◆第 2 回アメブロガー大交流会に、最高年齢 84 歳の方もご参加！

12/4（土）54 名のアメブロガー+主催者 7 人　が
一堂に集まり、大交流会は無事、終了しました。

こんな鋭い記事を書いてくれた人も。

毒もあるかも？160 キロのストレート並な交流会まとめ
http://ameblo.jp/koiwatheta/entry-10727688524.html

◆19（日）は、面白い人たちに会えるイベントに行こう！

パワーブロガーや著名人がたくさん参加する
アメーバマスターズクリスマスパーティ。

私ももちろん参加します。

パワーブロガー田渕さんと、スピードブランディングの鳥居さんの
セミナーもあり、必見！です。

↓詳しくはこちら↓
http://www.yuichitorii.com/20101219/

席はあと少しだそうです★
参加したい方は、急いでくださいね。

※フッター略。

VOL.053　たくさんの人に応援される人になるには！？

【パワーブロガーへの道】

★
ブ	ロ	グ	じ	ゃ	ん	じ	ゃ	ん

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

メルマガの発行が諸事情により遅れてすみません。

先日、私の新刊
「twitter×アメブロでビジネスを加速する方法」

のアマゾンキャンペーンにご協力いただいたあなた、
本を買って下さったあなた。

本当に本当にありがとうございます。

最近では、アマゾンで総合１位がなかなかとれなくなっているそうで、
たくさんの方からお祝いのメッセージをいただきましたが、

非常に興味深いのが、
何冊か本を出版している著者の方から、

「応援力をもっとつけるにはどうしたらいいですか？」
「本の販促のコンサルサービスはないのでしょうか？」

などという問い合わせがたくさん来たこと。

いえ、今回の１位はラッキーだったのです。
みなさんの応援力のおかげなんですよ～と返したんですが、

「何か秘訣があるに違いない！」と思われて
非常に困っております・・・・。

挙句の果てには、

◆田渕さんに応援されるにはどうしたらいいですか？

って、私に聞かれても、知りません（笑）

田渕さんは、基本的に「気まぐれ」な方なので、
「こうしたら絶対応援される」という方法はないと思います。

ん～例えば、私だったら

新発売のパワーブロガー養成講座ＤＶＤを１００人位に販売するとか
http://ameblo.jp/kobeweb/entry-10735017247.html

ブログから田渕さんがびっくりするくらいの数（５００人とか）
の読者登録を送るとかして

自分のことを印象付けるかな？

そうすれば確実に「おっ！この人はすごい人だ！」と
思ってもらえると思いますよ。

これは田渕さん自身がやっている戦略でもあるので、確実に
気がついてはもらえますね。

えっ？

そんなことできないよ～。
今、自分が力がないから応援して欲しいのに！

それが自分にできるくらいだったら、応援してもらう必要が
ないでしょ。

・・・と思ったあなた。
では、あなたは「どんなこと」で相手に貢献できますか？

あなたを応援する理由はなんでしょうか？

相手がして欲しい時に、相手がして欲しいことを

「頼まれてなくても」

こちらからサポートするから相手の心に届くのです。

これは有名とか無名とか関係ないですよ。

リッツカールトンホテルのサービスなどを想像してみてください。

まさに、上記のことを「日々、当り前のことと」して実践して
いるわけですよね。

だからこそ、人々は感動し、口コミし、「また来よう」と
思うのだと思います。

そこから自然とファン、応援者が生まれる。

まず、簡単に「人に応援してもらおう」と思う前に、

◆自分がやれるだけのことをやりきっているのか

◆本気の姿勢を見せているのか

を振り返って自問自答してください。

情熱って、ブログやメルマガなどでもかなり伝わるものです。

本人が本気の姿勢を見せなかったら、誰が応援して
くれるでしょうか？
それらのことをやった上で、あえてやることを示すなら

◆まず 20 人の友達を作れ！
◆目の前の濃い 50 人の応援者を作れ！

というのが、
遠回りなようでいてたくさんの人に応援される秘訣です！

メルマガＮＯ41
目の前マーケティングで集客力を加速しよう！

に以下のことを説明しましたが、思い出してみてください。

◆ 遠い 1 万人より近くの濃い 50 人でいい理由

◆ 口コミが広がるメカニズムとは

◆ 濃い応援者・フォロワー・読者を作るには

▼以下の図を見てください。
http://www.l-pocket.com/aoyamahanako/step.pdf

多くの人は、いきなり「2」「3」に広げようとして失敗します。

あなたがまずやるべきことは「1」をしっかり固めることなんです。

◆アメンバー記事◆

「誤解だらけのブログ・ツイッター活用法
　世間は他人でできている」
http://secret.ameba.jp/aoyamahanako/amemberentry-10620669892.html

も一緒にお読みいただくとより理解が深まります。

他にもテクニック的なことはいくつかありますが、
それは大きな問題ではありません。

◆あなたが、あなた自身のできること、価値を高めること

◆応援したいと思うような人間性を高めること

◆遠くの人より目の前の人を大事にすること

そして、あなた自身も誰かを「応援する」人であること。

テクニックだけでは本当の「応援力」はついてきません。

私よりずっとベテランで、テクニックは 100 倍はあるであろう
某著者が、アマゾンキャンペーンで苦戦しているのを見ても

「テクニックだけ」ではなんとかならない時代になった

と感じています。

ノウハウはすぐに劣化していきます。

小手先のテクニックばかり追い求めるのではなく、
大事なことに力を入れていきたいものです。

あなたが、あなたらしい方法でやるから
応援される人になれるのだと思う私でありました。

→続く

■先週のブログ記事

ペタから始める恋愛でアメ婚！結婚も仕事もアメブロで加速した男
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10734699569.html

ブログの経済効果は？ネットでの活動で収入の変化があったのは
どれくらいたってから？
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10733585691.html
無料 グリーティングカード クリスマスカード 年賀状
バースデーカード 暑中見舞い
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10182805010.html

先週、良く読まれていたのはこんな記事。
まだ読んでいなかったらぜひチェックしてくださいね。

わからないことがある方は、なんでも遠慮なく
お問い合わせください。

⇒mail@l-pocket.co.jp

==========
★編集後記
==========

◆アマゾンキャンペーンで力尽きました

私より周りが盛り上がっていた今回のキャンペーン。

仕事から帰ってきたら、「青山華子祭り」が
勝手に始まっていてちょっとビビりました・・・(笑)
http://ameblo.jp/kobeweb/entry-10731280962.html

がけっぷち祭りで「青山あゆみ」さんまで出現。
http://ameblo.jp/motezo/entry-10731559185.html

この名前、なかなかいいな、とかなんとか言っている間に、
どんどん時間が過ぎ、あせる私。。。

かなりのプレッシャーを感じつつも、
楽しみながら終わった今回のキャンペーン。

お一人で 10 冊以上買ってくれた方が何名も！
本当にありがたいことです。

順番にゆっくり紹介していきますね。

抽選の準備は、今、やっていますので
もうしばらくお待ちくださいませ。

※フッター略。

VOL.054　青山華子です。2010 年終わりの日に。

【パワーブロガーへの道】

★
ブ	ロ	グ	じ	ゃ	ん	じ	ゃ	ん

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

いよいよあと数時間で 2010 年も終わりですが、
あなたにとって今年はどんな年でしたか？

目標としていたことや夢は叶いましたか？

私は、クリスマスの頃に、函館のクリスマスファンタジーへ
http://www.hakodatexmas.com/index.html
行ってきたら

吹雪のため、飛行機がなかなか飛ばず、空港で
かなり長い間待ち、おまけにイベント中も雪で寒かったせいか

東京に戻ってきたら、ロタウィルス（ノロウィルスみたいな
やつらしい）にかかりダウンするという間抜けな最後でした。

が、なんとか体調も戻り、今日を迎えています。

2010 年は、ブログやメルマガ、ツイッターを通じて
たくさんの素晴らしい出会いがありました。

自分にとっては、はじめての出版、
そして 2 冊目の本も出すことができ、

コミットメントも 99%実現できたので充実した年だったといえます。

プライベートでも「運命を変えちゃう出会い」があったり、
めまぐるしい 1 年でしたが、
まだまだやりたいことへ半歩くらい踏み出したばかり。

2011 年は、新しいチャレンジをしたいと思っています。

今年出逢ったあなたへ
素敵なご縁をありがとうございます。

そして、まだお逢いしていないあなたへ。

来年、ソーシャルメディアを通じて
そしてリアルでも、どこかでお逢いできるのを楽しみにしています。

とどまるな、自分自身が自分の夢であれ。

そして、旅する地すべてに感謝せよ。

BY 私と同じ誕生日のゲーテの言葉より

良いお年を。

■先週のブログ記事

無料グリーティングカードで年賀状はまだ間に合う
紙の年賀状は出さないあなたに
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10752617682.html

まだ年賀状を送っていなかったら
ぜひチェックしてくださいね。

==========
★編集後記
==========

◆夜は、ナイトクルージング＆カウントダウンと
初日の出を見に行ってきます。

ちょっと天候が悪いのが心配ですが、
初日の出、きれいに見られるといいな～。

※フッター略。

VOL.055　ブログ集客の 7 つの成功パターン タイプ別攻略法

【パワーブロガーへの道】

★
ブ	ロ	グ	じ	ゃ	ん	じ	ゃ	ん

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

あけましておめでとうございます。

今年は、去年以上にぶっちぎりでいろんなことをどんどん
やっていきますので、どうぞよろしくお願いいたします。

さて、一口にブログ集客と言っても実はいろんなパターンが
あるのですが、あなたはちゃんと理解していますか？

全体戦略もないままに、がむしゃらにブログを書いていても
「がんばっているのに、成果が上がらない！」ということに
なってしまいますので、注意してくださいね。

例えば、「ブランディングブログ」を作ったのなら、

ブログだけではあまり集客できません。

何故なら・・・・以下を読んでいただければわかります。

全体の営業戦略の中でブログをどう位置付けるかは、
人によって、そして「目的」によって異なります。

扱っている商品やサービスの内容、その人のキャラクターが
立っているかどうか、得意なスキルによって
だいたいのパターンは決まってしまうのですが、

案外、知らない人がいるようなので
改めて代表的なものをまとめてみました。
ブログの目的には、情報収集、備忘録、リクルーティング等も
ありますが、「集客、または販売」に絞って例を紹介します。

～記事を見たらすぐに申し込む～
【ブログは申込を取る手段】

1・ブログ→申込フォーム→申込
2・ブログ→ＨＰ/ＷＥＢ→申込

【成功しやすいパターン】

・商品/サービスが差別化されている

・ネットで売れやすいものである（内容、価格帯）

・ブログ運営者にある程度の知名度がある

・他社があまりネットに力を入れていない、競合が少ない等、
競争に勝ちやすい状態にある。

・成果が明確、わかりやすいものである

【ブログのスタイル】

・コンテンツブログ（ノウハウ型ブログ）

具体例：パワーブロガー田渕さんのブログ
http://ameblo.jp/kobeweb

【必須のスキル】

・ノウハウ記事を書ける能力

・売れる文章力

・申込ＵＲＬをクリックさせる能力

・最低限の検索エンジン対策　（キーワード選定、たくさんの被リンク）

※読者登録されている数＝相互リンクのため、読者数が多いことも含みました。

・商品/サービスが即、効果がありそうに見せる能力

～記事を見たら製品、サービスに興味が湧く～
【ブログは問い合わせを得る手段】

3・ブログ→問合せ/資料請求/見積依頼→申込

4・ブログ→無料相談受付→申込
【ブログのスタイル】

・魅せるコンテンツブログ（写真事例入りノウハウ型ブログ）

具体例：（ブログが見つからないのでＨＰを紹介しました）
http://www3.daiwahouse.co.jp/renew/search/report/jirei.asp?t_cd=1&b_id=1

【成功しやすいパターン】

・商品/サービスの体験後のビフォアアフターが写真などで明確である

・まずは相談、見積というのが常識になっている業界（住宅業界など）

・個別対応の商品・サービスを扱っている

【必須のスキル】

・製品・サービス・あなた自身に興味をもってもらえる
記事を作成できる能力

・申込ＵＲＬをクリックさせる能力

・実績や信頼感を与える記事が書ける能力

・最低限の検索エンジン対策
（キーワード選定、たくさんの被リンク）

・申込フォームへのユーザー導線がわかっていること
（申込ボタン、問い合わせ電話番号の位置をどこに置くかなど）

～記事を見たら製品、サービスに興味が湧く、参加したくなる～
【ブログはリアル営業への導線】

5・ブログ→セミナー・イベント等に集客→後日、別サービスに申込
6・ブログ→セミナー・講演に集客→個別相談→成約

【ブログのスタイル】

・魅せるコンテンツブログ（写真事例入りノウハウ型ブログ）

・またはコミュニケーションブログ

・コンテンツブログとコミュニケーションブログのブレンドスタイル

具体例：これは、私のブログが実はそうなのです。
http://ameblo.jp/aoyamahanako/
【成功しやすいパターン】

・あなた自身に魅力がある、ある程度の知名度がある

・リアルでの営業力がある

・信頼できる実績がある

・受講のメリットが明確である

【必須のスキル】

・あなた自身に興味をもってもらえる記事を作成できる能力

・その場に行ってみたくなるような記事を写真入りで書ける能力

・申込ＵＲＬをクリックさせる能力

・実績や信頼感を与える記事が書ける能力

・最低限の検索エンジン対策
（キーワード選定、たくさんの被リンク）

～記事を見たらその人がすごそう、魅力的に見える～
【見込み客のリストを集めるため】

7・ブログ→魅力の確認→メルマガ登録/ＷＥＢへ誘導→
（これ以降は人それぞれ）

【ブログのスタイル】

・魅せるコンテンツブログ（写真入りブログ）日記系含む

・見た目が素敵、デザイン重視ブログ

・ノウハウ小出しブログ（続きはメルマガで！）

具体例：ネット策士イチローさんのブログ
http://ameblo.jp/katoichiro/

鳥居祐一さんのブログ
http://ameblo.jp/torii-yuichi/

【成功しやすいパターン】

・あなた自身に魅力がある、かなり知名度がある

・出版をしている、雑誌・メディアに出ている等の実績多数

・男女ともに「見た目」が良い

・インパクトがある

・キャラクターが立っている

【必須のスキル】

・あなた自身に興味をもってもらえる記事を作成できる能力

・メルマガに登録したくなるような記事を書ける能力

・実績や信頼感を与える記事が書ける能力

・すごそうな人と人脈を築いていることを写真で見せる能力

・ブランド人らしい演出力とデザイン力

いかがでしょうか？

ざっとあげただけでもこれだけありますが、
だいたい成功しているパターンは、上記のどれか、
または各タイプの「混合型」になるはずです。

そして冒頭の

「ブランディングブログ」は、何故、
ブログだけではあまり集客できないのか？の答えは、

◆そもそも「ブランディングブログ」では販売はあまりしないもの
（→ウリウリすぎるとブランドイメージを下げるため）

◆目的は【見込み客のリストを集めるため】
したがってメルマガ登録などをさせ、そこで集客、販売している

↑　↑　↑

ブランディングブログでは、必ず目立つ所に「メルマガ登録」
「無料レポート登録」等があるのは、このためです。

それぞれの強みと目的がかみあっていてこそ、ブログは
「営業ツール」として効果を発揮します。

ただ「読者数だけ増やせばいい」「記事数を多く書けばいい」とは
私は決して言っていません。

上記を参考にして、
あなたの目的にあったブログに、改善していって下さい。

具体的な改善点がわからない人は、

私の著書
「ツイッター×アメブロでビジネスを加速する方法」
http://www.amazon.co.jp/dp/4881668625/

を読むか、ブログの過去記事を参考にしてくださいね。

→続く

■先週のブログ記事

2010 がけっぷち写真館 写真で振り返る 1 年 (1)
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10754011341.html

2010 がけっぷち写真館 写真で振り返る 1 年 (2)
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10754124501.html

無料グリーティングカードで年賀状はまだ間に合う
紙の年賀状は出さないあなたに
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10752617682.html

先週、良く読まれていたのはこんな記事。
まだ読んでいなかったらぜひチェックしてくださいね。

==========

★編集後記

==========

◆クルージングで初日の出、見れました！
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10755822238.html

やっぱり普通のデジカメでは、いまいちな写真しか撮れない
のが残念！

デジタル一眼レフカメラが欲しくなりました。

◆1 月 29 日（土）より、講師・先生業のための集客講座を
限定 10 名で始める予定。近日中にご案内します。
ご興味ある方は、お楽しみに☆

◆お正月期間だけ「青山華子」ではなく、本名に戻りました。

最近、ビジネスネームに慣れているので、自分の名前を間違うこと
多数・・・。レンタルビデオ店でカードを作ろうと名前を書いた時、
あれ？名前は・・・とすぐに思い出せず、店員さんに
ぎろっとにらまれました（苦笑）

自分の名前忘れないよね、フツーは。。。

※フッター略。

VOL.056　あなたが知りたいことを教えてください☆

【パワーブロガーへの道】

★┌─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┐
┃ブ┃ロ┃グ┃じ┃ゃ┃ん┃じ┃ゃ┃ん┃
└─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┘

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

3 連休、どのようにお過ごしですか？

私は、急にいろんなものに創作意欲が湧いて
ほとんど食事もせずに創作に没頭しています。

さて、今まで思いつくままにこのメルマガを書いてきましたが、
年初でもありますし、コンセプトを見直し
もうちょっと内容を整理しようかなと思っています。

そこで、あなたのご意見を聞かせてもらえませんか？

誰がどれをクリックしたのかはわからないようになってますので

◆あなたが知りたいことを教えてください。

◆やり方はとても簡単！選択肢をクリックするだけです。

このメルマガの内容、レベル感について教えてください。
◇一番近い選択肢を 1 つだけ選んでクリックしてください。

1・難しいと感じることが多い
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=13&ans=0

2・少し難しいかな
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=13&ans=1

3・ちょうどよいレベル
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=13&ans=2

4・少し簡単かも
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=13&ans=3

5・簡単すぎる/内容が薄い
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=13&ans=4

メルマガに書いて欲しいこと、あなたが読みたいことは何ですか？
◇興味がある選択肢を【3つ】まで選んでクリックしてください。

1・ブログ、ツイッター等ソーシャルメディアで集客する方法
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=16&ans=0

2・集客できる記事の書き方
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=16&ans=1

3・他社の集客事例
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=16&ans=2

4・ブログのアクセスアップの方法
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=16&ans=3

5・ブログの読者を増やす方法
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=16&ans=4

6・ツイッターで濃いフォロワーを増やす方法
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=16&ans=5

7・オススメのツイッター、ブログのＵＲＬ紹介
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=16&ans=6

8・無名の人が早く影響力を持つ方法
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=16&ans=7

9・自分の応援者を増やす方法
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=16&ans=8

10・生涯人脈を増やす方法
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=16&ans=9

11・自分に合った集客方法と媒体選びについて
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=16&ans=10

12・できるだけ時間をかけずに各メディアを運営するには
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=16&ans=11

13・成果を出す人の考え方や習慣
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=16&ans=12

14・私の成功、失敗体験
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=16&ans=13

15・その他
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=16&ans=14

ご協力、どうもありがとうございました。
このアンケート結果をもとに、内容を練り直したいと思います。

結果は、またご報告しますね。

Facebook やエバーノートなど、新しいツールが話題になると必ず

「自分は何をやったらいいですか？」
「どれに何を書いたらいいの？」
「一番力を入れるべきなのは何か？」

と質問されるのですが、その答えは人によって、目的によって
違います。

・あなたはそのメディアで何をしたいの？
・そのメディアにはお客様候補が多くいるの？
・あなたはそのメディアが得意なの？
・そのメディアのニッチジャンルで優位に立てそうなの？
・そのメディアを継続できる仕組みがあるの？

これらの答えで決まってきます。

場合によっては、

「あなたは何もしなくてＯＫ」
「ソーシャルメディアより、アナログ営業が効果的です」という

ケースだってあるのです。

ツールはあくまでもツール。

最新のものにいち早く飛びついても、誰もが「先行者利益」を
手にできるわけではありません。

結局は「コンテンツ」と「誰が運営しているのか」が大事なのです。

つまり「どんな情報を発信するのか」ということと
「あなたは何の達人なの？」ということを明確にし、いかに認知を
広げるか、が勝負を分けます。

最終的に「マッチングできているか」で判断すると
自然と答えは見つかります。

マッチングとは、

お客様が知りたいこととあなたが配信している情報があっているか
お客様が多い場所とあなたが運営しているメディアがあっているか
あなたと、そのメディアはあっているか（好きで得意、等）

迷った時は、「マッチング」をよく考えてみてくださいね。

→続く

■先週のブログ記事

人気ブロガーになる要素とは？
人気ブロガーになるための 5 つの方法を見て考えてみた
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10759966405.html

意外とみんなわかっていない読者登録の効果（3）
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10756912449.html

去って行ってもらうことの大切さ★選んで選ばれる
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10268140871.html

■アメンバー記事

【備忘録】10 年愛～変わるものと変わらないもの【不易流行】
http://secret.ameba.jp/aoyamahanako/amemberentry-10759660317.html

先週、良く読まれていたのはこんな記事。
まだ読んでいなかったらぜひチェックしてくださいね。

★バックナンバーを送付希望の方、お待たせしてすみません。

すごく遅くなってしまったのですが、

以下よりダウンロードできるようにしました。
http://www.l-pocket.com/aoyamahanako/pdf/melmaga_backnumber2011.pdf

※ＩＤ、パスワードは不要。クリックすればダウンロード可能です。

【ご注意】

2MB くらいあるのでダウンロードに少し時間がかかるかも
しれません。
また、メルマガをそのまま貼りつけているだけなので、空白など
見難いところがあるのはご了承ください。

途中まで「メルマガのタイトル」をつけていなかったので
内容がわかりにくいかもしれません。

目次のページ数の所をクリックすると、メルマガの内容に
飛ぶと思いますので、試してみてくださいね。

==========

★編集後記

==========

◆週休４日生活にトライアル

私は、集中力が並外れてあるようで、何かを作り始めると
４８時間とか平気で飲まず食わずで、睡眠もとらず没頭して
しまうのですよね。

今、企業向けの「漫画で学ぶ教育コンテンツ」シリーズの売行きが
好調なので作るのが楽しいのですが、
コンテンツ案が浮かぶと、きりのいいところまで
やってしまわないと眠れなくなってしまうのです。

そこで、3 日集中して働いて 1 日休み、残りの 3 日は、本を読んだり、
インプットする・・・という生活を試してみたのですが、
どうもこのスタイルが自分にはあっているみたい。。。。

でも、問題点が１つ。
それは、メールのお返事が遅くなることです。
まだお返事してないひとがいたら、ごめんなさい。

ん～どうしたものか、ちょっと迷いますね～。

◆1月29日（土）より、講師・先生業のための集客講座を
限定10名で始める予定。近日中にご案内します。
ご興味ある方は、お楽しみに☆

◆冬休みは溜まっていた本やＤＶＤなどをたくさん見れて大満足。
クルーズで初の出も見られたし。

そういえば、私の知人は、大きなプロジェクトが終了したら必ず、
「ＤＶＤ厳選100本」を見る時間を取る習慣があると言っていたが、
そういう時間って必要かもしれませんね。

こんなことをやって欲しい！という要望や質問などがありましたらできるだけ応えていきたいと思いますので、お気軽に
質問やご意見をお寄せください。メールをお待ちしています。
⇒mail@l-pocket.co.jp

★こちらのメルマガは自社配信しています。

バックナンバーをご希望の方は、お手数ですが
下記よりダウンロードしてください。
http://www.l-pocket.com/aoyamahanako/pdf/melmaga_backnumber2011.pdf
（URLが改行されている場合、1行にしてから貼りつけてください）

★登録変更・解除はこちら
http://l-pocket.com/aoyamahanako/melmaga.html

★お問い合わせ・ご意見・ご感想はこちら
mail@l-pocket.co.jp

発行人：青山　華子　仕事が取れるブログアドバイザー
Copyright (C) 2011　青山華子　All rights reserved

VOL.057　無名の人が早く有名になる方法？

【パワーブロガーへの道】

★
ブ	ロ	グ	じ	ゃ	ん	じ	ゃ	ん

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
ブログアドバイザーの青山華子です。

前回のメルマガでは、1クリックアンケートのご協力
本当にありがとうございました。

今のところ、「レベル感」については、ほぼ予想通り。
そして、内容に関しては、「へ～」という結果になっています。

あくまで「参考」ですが結果は・・・。

◇このメルマガの内容、レベル感について教えてください。

1・難しいと感じることが多い　13%
2・少し難しいかな　17%
3・ちょうどよいレベル　57%
4・少し簡単かも　7%
5・簡単すぎる/内容が薄い　2%

なるほど～。

「ちょうどよい～少し難しいかな」で合計74%。
これはほぼ狙い通りです。

「簡単すぎる/内容が薄い」と思われる方、ごめんなさい。

◇メルマガに書いて欲しいこと、あなたが読みたいことは何ですか？

1位・無名の人が早く影響力を持つ方法
2位・集客できる記事の書き方
3位・自分の応援者を増やす方法
となっています。

そっか～！

「儲かる」とか「稼げる」とかよりも、

◆無名の人が早く有名になる方法を教えて！
◆集客できる記事はどうやって書くの？

ってことなんですね～。ふむふむ。

ま、これは間接的には「売上あげたい」「儲けたい」と
いうのとほぼ同義だと思いますが、

意外なものにも票が入っていて興味深いです。

まだ投票していないあなた、
もうちょっといろんな意見を聞いてみたいので、
ぜひ１クリックアンケートにご協力ください。

誰がどれをクリックしたのかはわからないようになってますので

◆あなたが知りたいことを教えてください。

◆やり方はとても簡単！選択肢をクリックするだけです。

このメルマガの内容、レベル感について教えてください。
◇一番近い選択肢を１つだけ選んでクリックしてください。

１・難しいと感じることが多い
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=13&ans=0

２・少し難しいかな
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=13&ans=1

３・ちょうどよいレベル
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=13&ans=2
４・少し簡単かも
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=13&ans=3

５・簡単すぎる/内容が薄い
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=13&ans=4

メルマガに書いて欲しいこと、あなたが読みたいことは何ですか？
◇興味がある選択肢を【3つ】まで選んでクリックしてください。

1・ブログ、ツイッター等ソーシャルメディアで集客する方法
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=16&ans=0

2・集客できる記事の書き方
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=16&ans=1

3・他社の集客事例
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=16&ans=2

4・ブログのアクセスアップの方法
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=16&ans=3

5・ブログの読者を増やす方法
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=16&ans=4

6・ツイッターで濃いフォロワーを増やす方法
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=16&ans=5

7・オススメのツイッター、ブログのＵＲＬ紹介
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=16&ans=6

8・無名の人が早く影響力を持つ方法
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=16&ans=7

9・自分の応援者を増やす方法
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=16&ans=8

10・生涯人脈を増やす方法
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=16&ans=9

11・自分に合った集客方法と媒体選びについて
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=16&ans=10
12・できるだけ時間をかけずに各メディアを運営するには
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=16&ans=11

13・成果を出す人の考え方や習慣
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=16&ans=12

14・私の成功、失敗体験
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=16&ans=13

15・その他
http://www.l-pocket.co.jp/en2/en.php?id=L00&num=16&ans=14

結果は、またご報告しますね。

認知度を上げることについては、おって詳しく説明していきたいと
思いますが、
がっかりされないように先に書いておきます。

★あなたが思っているより、少し時間はかかりますよ★

以下の図を見てください。
http://www.l-pocket.com/aoyamahanako/pdf/chart_process.pdf

多くの人は、自分の行動量
（ブログ書いた、アクセスアップした、人に会った、有名人に
紹介された、なんとかにとりあげられた、本を出した等）に

比例して、赤線の「願望ライン」のように、
認知度が上がり、影響力もあがると【ひそかに期待して】います。

ですが、実際には、青色（実際の成功曲線）のような
経過をたどります。

注目して欲しいのは、「種まき期」から「成長期」にかけては
たいていの場合、

あなたの願望　＞　実際の成果

となることが多いのです。

「これだけやっているのだから、もっとお客様が来ると思った」
「メルマガやブログを書いたらもっとたくさん集客できると思った」
「なかなか集客って難しいものなんですね」

と、よく言われたりするのですが、そりゃそうですよ。

誰でも簡単にすぐできるようになったら、みんな苦労はしません。

ただ、「成長期」後半から「拡大期」に入ると、
一気に認知度が加速して、自分でもびっくりするようなスピードで
認知拡大が進んでいきます。

ここまで波に乗れると、いろんなことを仕掛ければ仕掛けるほど
成果が出て楽しくなってきて、「やめられない！」と
なるのでしょうね。

「種まき期」「成長期」「拡大期」で
やることは違ってきますし、力を入れる媒体なども変わります。

どれだけ時間や労力、お金を使ったかによって
何を扱っているのかによって、成長スピードは人それぞれですが
あなたのやり方次第で、成長スピードを早くすることは可能です。

次回から、詳しく説明していきたいと思います。

■今日のまとめ

あなたが思っているより、成果を手にするまでに
少し時間はかかる。
時間と成長曲線の動きを理解しよう。

ステージによってやるべきことは異なる。
あれもこれもと、なんでもかんでも手を出してもだめ。

→続く

■先週のブログ記事

アメブロバックアップ アメバックを今さらながら試してみました
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10762980467.html

ブログの記事を書く時、体験、経験をただの日記にしない 5 つの視点
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10761908882.html

先週、良く読まれていたのはこんな記事。
まだ読んでいなかったらぜひチェックしてくださいね。

★バックナンバーを送付希望の方、お待たせしてすみません。

すごく遅くなってしまったのですが、
以下よりダウンロードできるようにしました。
http://www.l-pocket.com/aoyamahanako/pdf/melmaga_backnumber2011.pdf

※ＩＤ、パスワードは不要。クリックすればダウンロード可能です。

【ご注意】

2MB 近くあるのでダウンロードに少し時間がかかるかもしれません。
また、メルマガをそのまま貼りつけているだけなので、空白など
見難いところがあるのはご了承ください。

途中まで「メルマガのタイトル」をつけていなかったので
内容がわかりにくいかもしれません。

目次のページ数の所をクリックすると、メルマガの内容に
飛ぶと思いますので、試してみてくださいね。

==========

★編集後記

==========

◆1/22（土）は大阪でイベントやります！
http://www2.odn.ne.jp/kick-off-kansai/page060.html

テーマは
「普通の人でも書ける　言いたいことが伝わる
　ブログ＆ツイッター文章術」+自由質問+交流です。
たくさんの人に参加して欲しいので、参加費も
すごくリーズナブル。ぜひお友達と参加してくださいね♪

一緒に盛り上がりましょう！

◆2/4（土）は札幌、3/11-12 は福岡セミナー。

いろんなところに出没します。おいしいものが食べたいだけ♪
だったりして・・。

◆1 月 29 日（土）より、講師・先生業のための集客講座を
限定 10 名で始める予定。連続講座です。近日中にご案内します。
ご興味ある方は、お楽しみに☆

◆占い男子、私の周りで急増中！

このところ、占いの話で男性経営者と盛り上がることが多い。
ついに、男性も堂々と占いの話をする時代が到来したのか！？

でも、えんえんと私に大人の恋の悩みを相談するのはやめてね。
相談は【有料】ですよ（笑）

※フッター略。

VOL.058　無名の人が早く認知度を上げるには、まず●●から

【パワーブロガーへの道】

★┌─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┬─┐
┃ブ┃ロ┃グ┃じ┃ゃ┃ん┃じ┃ゃ┃ん┃
└─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┴─┘

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
仕事が取れるブログアドバイザーの青山華子です。

このところメルマガ登録者が増えています。
本当にありがとうございます。

最近になって登録していただいたあなた、
これからどうぞよろしくお願いいたします。

そして、メルマガの１クリックアンケートで

◆内容が簡単すぎる！内容が薄い！

と回答された方は、

もし必要なければ解除して下さいね。

なぜか１クリック解除がエラーになってしまうので、
お手数ですが下記より解除をお願いいたします。
http://l-pocket.com/aoyamahanako/melmaga.html

さて、前回のメルマガでは、

あなたが思っているより、成果を手にするまでに少し時間はかかる。

時間と成長曲線の動きを理解しよう。
http://www.l-pocket.com/aoyamahanako/pdf/chart_process.pdf

ステージによってやるべきことは違う。
あれもこれもと、なんでもかんでも手を出してもだめ。

ということをお伝えしました。今日はその続きです。

＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊

【　知名度の大きな誤解　】

◆知名度を上げれば集客できる
◆本を出版すればブランディングできる
◆マスコミに出ればブランディングになる
◆有名になれば売るのは簡単になる

＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊

あなたは、こんな風に思っていませんか？

えっ？違うんですか？と言われてしまいそうですが、
これは半分はＹＥＳ、半分はＮＯなんです。

私が会社員をやめて起業したのは 2001 年です。

起業したものの、当初は知名度がないことがこれほど惨めなものかと
痛切に感じることが良くありました。

知人や紹介以外での取引は、本当に時間と労力がかかる。
毎回毎回、いちから一生懸命に自己紹介をし事業の内容を説明しても
なかなか理解してもらえない。

名前が知られていない人/会社というのは、冷たい扱いを受ける。
取引条件も良くない。値切られたり無茶な条件を出してきたり・・・。

最初の頃は、私も知名度を上げればなんとかなると思っていました。

ですから積極的に取材を受けたり、インタビューに出たりしたことも
あったんです。

（　朝日新聞、日経新聞、ケイコとマナブ、日経ウーマン、oggi、アン
トレ系の雑誌等にも載りましたし、アメンバー記事にも書いたように
ＴＶ番組にも出ました。ＮＨＫにもちょっとだけ出ました。　）

マスコミに出ると本当に儲かるの！？
↓私が顔出ししない理由と黒～い歴史↓
http://secret.ameba.jp/aoyamahanako/amemberentry-10671067277.html

でも思ったより全然仕事が来ない。それどころかＴＶ出演のおかげで
引っ越しまでするひどい目にもあいました。

しばらくして、私の周りでは、

メルマガブームが起こり、次々とメルマガを創刊する人が続出。
メルマガから出版という人がたくさん誕生し、

その後、ブログブーム、ＳＮＳブームも起こりました。

「出版ブランディング」というのがもてはやされ、
私の知人で本を出していない人が皆無なほど、次々とみなさん
出版をしていきました。

私は思うところあってどれもやりませんでした。

いえ、少しはやっていましたけれど、本腰を入れてやって
いませんでした。

何故なら、

その時の私のビジネスにとっては、あんまり意味がないこと

だったからです。

起業当時にいろいろやってみて、

途中で、そうか！！！　とあることに気づきました。

あることとは、

↓

↓

↓

ターゲット（お客様候補）に認知されていなければ、

いくら有名になったって

出版したって、仕事には結びつかない

という事実です。

認知度を上げる活動をするその前に考えておくべきことがあります。

それは、

【誰に認知されたいのか】【どの市場で認知されたいのか】

ということです。

ここがズレているといつまでたってもビジネスは回らないし、
売上をあげることも難しいのです。

売上方程式＝1・ターゲット人口×2・認知率×3・購入率

1・ターゲット人口とは、お客様候補のおおよその数

2・認知率はその人たちに知られている割合、浸透度

3・購入率とは、そのうちどれくらいが購入してくれるのか
その確率です。

起業当初、私が数年間、
メルマガもブログも出版もしなかった理由はここにあります。

私の仕事は、企業向けでかなりニッチな分野を扱っているので
「1・ターゲット人口」が限られています。

私のお客様候補は、仕事先のパートナーをネットで探したりは
しないのです。

メルマガなんて読んでいないし、読んでいてもそこからサービス
受注なんてまずありませんし、ブログにしても同じ。

出版したってお客様候補の目には止まりません。
100 万部くらい売れたら話は別ですが。。。

そもそも、よく考えてみたら競合も少なく　3・購入率が高いのと
1 社あたりの顧客単価が高いので、何万人にも知られる必要が
ないということに気がついたのです。

そこで、

お客様候補の間でだけ【知名度】を高め、信頼できる人と
思われれば、他は一切やらなくていいと判断しました。

それから戦略を変え、ある方法に一極集中して活動しました。
弱者の戦略といわれる「ランチェスター戦略」の局地戦ですね。

インターネットもほとんど使わず、無駄な異業種交流会などにも
一切出ず、代理店も使いませんでした。

それでも直接取引を増やすことができ、ビジネスは早い段階で
軌道にのりました。

何が言いたいのかと言うと、

全てはマッチングだ　ということなんです。

【誰に認知されたいのか】
【どの市場で認知されたいのか】

これが明確でないのに、

メルマガがいいか、ブログがいいか、出版がいいか、
フェイスブックがいいか？紙のニュースレターがいいのかと
考えてみたところでほとんど意味がありません。
例えが恋愛で恐縮ですが、

あなたは「30 代独身の素敵な男性」と出会いたいのに
20 代女子の間でだけやたら有名になったって
肝心の恋人には出会えませんよね？

小悪魔系のギャル雑誌に毎回、連載を持っていても
20 代女子のカリスマと呼ばれたとしても

あなたのお客様候補が「30 代独身の素敵な男性」ならば
彼らの目には触れないでしょう。

ですから「知名度を上げる」活動をする前に、

【誰に認知されたいのか】をきちんと決めてください。
それは「お客様像」を明確にするということです。

■今日のまとめ

認知度を上げる活動をするその前に考えておくべきことは
「誰に」知られたいのかということ。

「誰に」＝お客様像を明確にしましょう。

→続く

次回は、誰に（ターゲット/お客様候補）を深く知る（1）
スタート地点での戦略が大事。まずはここをチェックしよう！

をお届けする予定です。お楽しみに♪

■先週のブログ記事

読者登録の管理画面にアイコン表示がされるように
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10766826661.html

ブログのマナーって一体なんだろう ペタについて
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10192024199.html
読者登録とアメンバーの違い 読者登録の様々なルールとは
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10192024199.html

先週、良く読まれていたのはこんな記事。
まだ読んでいなかったらぜひチェックしてくださいね。

■もう集客に困らない！総合講座で戦略から戦術までをマスター

講師・コンサル・先生業のための集客力パワーアップ講座】

の【特別受講生】引き続き募集中。

早くページが見たい方はこちらから
⇒http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10767700006.html

現在、数名の方より仮申し込みいただいています。

今日メールいただいた方は、これからゆっくり
メールを読ませていただきますので、結果はもうしばらく
お待ちくださいませ。

受講決定した方には、メールで通知を出しています。

―――――――――――――――――――――――――――――――――――――

★バックナンバーを送付希望の方、お待たせしてすみません。

すごく遅くなってしまったのですが、
以下よりダウンロードできるようにしました。
http://www.l-pocket.com/aoyamahanako/pdf/melmaga_backnumber2011.pdf

※ＩＤ、パスワードは不要。クリックすればダウンロード可能です。

【ご注意】

2MB くらいあるのでダウンロードに少し時間がかかるかもしれません。
また、メルマガをそのまま貼りつけているだけなので、空白など
見難いところがあるのはご了承ください。

途中まで「メルマガのタイトル」をつけていなかったので
内容がわかりにくいかもしれません。

目次のページ数の所をクリックすると、メルマガの内容に
飛ぶと思いますので、試してみてくださいね。

==========

★編集後記

==========

◆1/22（土）は大阪でイベントやります！
http://www2.odn.ne.jp/kick-off-kansai/page060.html

テーマは
「普通の人でも書ける　言いたいことが伝わる
　ブログ＆ツイッター文章術」+自由質問+交流です。

たくさんの人に参加して欲しいので、参加費も
すごくリーズナブル。ぜひお友達と参加してくださいね♪

一緒に盛り上がりましょう！

◆サンリオ本社に行ってみたい！

以前、本社が別の所にあった時、受付のベルを鳴らすと
大きなキティちゃんがど〜んと出てきて来社した人を
迎えてくれたとか。

これを聞いて「サンリオ本社に行ってみたい！」と
思ったのですが、来訪する用事がない・・・。
まだキティちゃんのお迎えはあるのでしょうか？

大崎は近いんですけど、どなたか私を一緒に
連れて行ってくれる人がいましたらぜひ誘ってください。

※フッター略。

VOL.059　あの有名人は無名の時にいったい何をやっていたのか

【パワーブロガーへの道】

★
┌──┬──┬──┬──┬──┬──┬──┬──┬──┐
│ブ│ロ│グ│じ│ゃ│ん│じ│ゃ│ん│
└──┴──┴──┴──┴──┴──┴──┴──┴──┘

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
仕事が取れるブログアドバイザーの青山華子です。

いつの間にか 2011 年も既に半分以上が過ぎましたが、
ビジネスは順調に進んでいるでしょうか。

さて、前回のメルマガでは、

◆知名度の大きな誤解　について説明しました。

今日はその続きの

誰に（ターゲット/お客様候補）を深く知る（1）
スタート地点での戦略が大事。まずはここをチェックしよう！

を説明しようかと思ったのですが、急に思い出したことが
あったので先にそちらを説明します。

突然ですが、あなたはスピリチュアルの教祖「江原啓之」さんを
ご存知ですか？

「オーラの泉」等で一躍有名になり、エハラーと呼ばれる人たちまで
現れて、ちょっとしたブームになりましたので、知っている人も
多いことでしょう。

この江原氏、最初から売れていたかというとそうでもなくて
全然売れない、知名度が低い時代がしばらくあったようです。

で、途中で方向転換してからいきなり売れるようになっていった。

無名の彼を一気に有名にしたものは、なんだったのか！？と
気になって、いろいろ調べてみたところ、どうもキーになったのは
以下のようなことみたいです。

1・「オーラ」という概念と言葉の浸透

⇒霊とかカルマとか前世といった言葉よりも「オーラ」の方が
あやしさが払しょくされ普通の人にも受け入れられやすい。

初期の頃、江原氏が「男性に信用されない」「奥さまが講座に
来たいのに、ダンナがそんなあやしいものに行くなと言って
止めるので困っている」というようなぼやきをどこかに書いていた
のを読んだことがあります。

どうしたらそれを解決できるのかが課題だったと思われますが
「オーラ」という言葉を使うことによって、ポジションを変え、
大幅なイメージ転換を図った（と思われる。あくまで推測）

2・女性に影響力がある人気女性作家とのコラボ

⇒彼の本の帯や宣伝文に最初の頃よく出てきた林真理子さんを始め、
室井祐月さん、佐藤愛子さん、よしもとばななさん、
酒井順子さんなど「売れ線」の女性作家としょっちゅうコラボして
彼女たちから絶賛してもらう。

→知名度アップ→信用度アップ→急速に名前が知られる

3・占い系やスピリチュアルジャンルではなく「女性の生き方」
「ファッション」のジャンルを制する

⇒どう見てもスピリチュアル系の本なのに「三笠書房」から出版。
ジャンルも「女性の生き方」で本を出した。

その後「anan」などの女性誌によく出演し、「週刊現代」などの
一般誌まで連載を広げる。これで一気にメジャーになり、ＴＶ出演も。

認知度を上げる活動をするその前に考えておくべきことは
「誰に」知られたいのかということ、と前回お伝えしましたが、

この「誰に」が明確になれば、

◆その人たちにはどんなキーワード（言葉）が響くのか

◆どんな媒体に出ればいいのか

そして、

◆「誰に」推薦してもらえばいいのか＝「誰のお墨付き」なら
お客様候補は、信頼し、いいと思い、買ってくれるのか

というのが見えてくるのです。
そして、無名の人が早い時期に知名度を上げる確実な方法は、

◆「お客様候補が信頼している人のお墨付き」をもらうこと

できればその人に上手に広告塔になってもらうともっといいです。

これは、ほとんどの人がやっている方法ですので
今更説明するまでもないですよね。

何かの販売サイト等で、有名人の推薦コメントがあったり、

有名なタレントが「いい」と言って広まったベストセラーが
あったり・・・。

日本人って特に「権威」に弱いので、この有名人の推薦パワーは
本当にあなどれないのです。

ただし、前回のメルマガにも書きましたが、

有名人なら誰でもいいわけではない　ということに注意してください。

あくまでマッチングが大事ですので、

【お客様が信頼し、一目置いている人】のお墨つきでなければ
あまり効果がない

ということを忘れないでくださいね。

今日のメルマガでは、3 つの要素を盛り込みました。

1・お客様の心に響くキーワード

2・お客様の信頼を増す「推薦者」「お墨付き」の存在

3・どの分野（ジャンル）に進出するのかという「ポジショニング」と
　「マーケット」の戦略

この 3 つがズレずに上手に回り始め、
口コミを上手に広げるツールを使うと

口コミが起き、ある特定の人たちの間で早く認知度がアップします。
私の身近にいる知人で、今はある程度有名になっている人が、

「無名の時に何をしていたのか」をずっとウォッチングして
きたのですが、やっぱり同じようなことをやっています。

そうはいっても、そんなに簡単に有名人のお墨付きなんか
もらえないでしょ、と思ったあなた。

いいえ、意外と抜け道ってあるものなんですよ。

■今日のまとめ

お客様候補には、

◆どんなキーワード（言葉）が響くのか

◆どんな媒体に出ればいいのか

◆「誰に」推薦してもらえばいいのか

を考え、整理してみよう。

⇒次回へ続く

■先週のブログ記事

本名とビジネスネームについて ビジネスネームはどこまで使える？
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10772030761.html

Facebook の登録は本名でないといけないの？本名の公開と使用率
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10772091923.html

マドンナに学ぶパーソナルブランディングの 9 つの秘訣
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10769849980.html

先週、良く読まれていたのはこんな記事。
まだ読んでいなかったらぜひチェックしてくださいね。

■もう集客に困らない！1/29（土）からスタート

【講師・コンサル・先生業のための集客力パワーアップ講座】

の【特別受講生】　あと数名募集中！

早くページが見たい方はこちらから
⇒http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10767700006.html

今、順番にメールを返しています。仮申し込みいただいた方
今日の深夜までにはお返事しますのでお待ちください。

お問い合わせ、仮申し込みをいただきまして
誠にありがとうございます。
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10767700006.html

多くの方より、

「欠席した時はどうなるの？」
「どうしても出られない日があるけど参加したい」と

お問い合わせがありましたので、説明資料を作成しました。

下記よりダウンロードしてください。
⇒http://www.l-pocket.com/aoyamahanako/pdf/powerup.pdf

◆欠席の場合の対応は、P14-15 に書いてあります。

◆基本的にはカリキュラムに沿って進んでいただきますが、
毎回の講座は１回ずつ内容は完結していますため
途中、順不同で学んでいただいても大丈夫なようになっています。

この講座を受講したら何がつかみ取れるか、
ぜひもう一度内容を確認してみてください。

【お申込みの流れ】

1・ご興味ある方は、
まずは、「仮申し込み」をしてください。

→下の方にある質問事項をメールで送ってください。
締切は、1月20日（木）12：00でしたが、
こちらの準備不足でしたので、

◆1月24日（月）17：00　　まで延長します。

2・審査の結果、合格しましたら、振込先をお知らせいたしますので
期限内にお振り込みください。
分割/クレジットカード払いは可能です。

3・申込者に、詳細を改めて案内いたします。

【申込方法】

以下の内容をメールで送ってください。

1・お名前

2・ブログＵＲＬ（なければホームページＵＲＬ）

3・現在の状況と悩んでいること

4・どうしてこの講座に参加したいと思ったか、その理由

5・あなたが講師業（セラピスト、コーチ等）をしている理由

◆締切は、1月24日（月）17：00　です。

質問があれば、なんでも遠慮なく下記までお問い合わせください。
メール→seminar@l-pocket.co.jp

本気で今の自分を変えたい方のご応募をお待ちしております。

私も全力でサポートしますので、
どうぞよろしくお願いいたします。

長文をお読みいただきましてありがとうございました。

★バックナンバーは下記よりダウンロードできます。
http://www.l-pocket.com/aoyamahanako/pdf/melmaga_backnumber2011.pdf

※ＩＤ、パスワードは不要。クリックすればダウンロード可能です。

【ご注意】

容量が大きいのであるのでダウンロードに少し時間がかかるかもしれません。

途中まで「メルマガのタイトル」をつけていなかったので
内容がわかりにくいかもしれません。

目次のページ数の所をクリックすると、メルマガの内容に
飛ぶと思いますので、試してみてくださいね。

==========

★編集後記

==========

◆いよいよ今週末　22（土）は大阪です！
http://www2.odn.ne.jp/kick-off-kansai/page060.html

キックオフ関西　キャプテン　空　智浩 さん主催の
セミナーに出演します。

「普通の人でも書ける　言いたいことが伝わる
　ブログ＆ツイッター文章術」+自由質問+交流

たくさんの人に参加して欲しいので、参加費も
すごくリーズナブル。ぜひお友達と参加してくださいね♪

一緒に盛り上がりましょう！
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10773016810.html

◆大阪人はフグが好き？

ツイッターで「大阪のおいしいもの」を聞いてみたら
ほとんどの人が「てっちり」との回答！

他にはないの？他には？
どなたかもっと違うものも教えてくださ～い☆

※フッター略。

VOL.060　もし自分が●●だったら 新幹線のおしぼり広告とターゲッティング

【パワーブロガーへの道】

★
┌──┬──┬──┬──┬──┬──┬──┬──┬──┐
│ブ│ロ│グ│じ│ゃ│ん│じ│ゃ│ん│
└──┴──┴──┴──┴──┴──┴──┴──┴──┘

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
仕事が取れるブログアドバイザーの青山華子です。

最近、なんだか時間が流れていくのが早いですね。
ぼけっとしているうちに夜になっている気がします。

さて、前回のメルマガでは、

◆スピリチュアルの教祖・江原啓之さんが売れない時に
　知名度を上げるためにやっていたこと

についてお伝えしました。

今日はその続きの

誰に（ターゲット/お客様候補）を深く知る（1）

について少しだけ説明したいと思います。

先日、大阪のセミナーの行き帰りに、新幹線に乗りました。

荷物が多かったので、グリーン車だったのですが、
そこでもらったのが、広告入りおしぼりのこちら
　　↓　↓　↓
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10779290992.html

う～んなるほど！と見た瞬間、思っちゃいました。

平日の新幹線のグリーン席に乗っているのは、男性が多いです。

それなりにお金もあるんでしょうし、
たぶんターゲットはばっちりなハズ。

次に考えたのは、
「このおしぼり広告はいくらかかるのか？」

すぐにネットで調べました。

ネットって便利ですね！料金表がちゃんと載っていましたよ。

◆おしぼり広告

のぞみ・ひかり（東京～新大阪間）グリーン車おしぼり
サービス用「おしぼり収納袋」の広告指定枠内
H4.0×W10.9(cm)

3 ヶ月 150 万本　6,300,000 円
1 年間 600 万本 24,000,000 円

---

3 ヵ月コースにしたとすると、1 本当たり 4.2 円。

すると顧客獲得コストは一人当たりいくらになるのか？

このおしぼり広告による露出効果や申込率というのは
残念ながら私にはわからないんですが、

不特定多数の人が見るところに広告を出すよりは
ターゲットにあった人だけに渡すことができるし、
確実にちら見はして、手に取ってもらえるので
なかなかいいのかもしれない・・・。

横目で見ていると、「お腹やせ」の文字をちらりと見る人、
全然気にせず普通におしぼりを使って広告は見ていない人、
いきなりバッグにしまっちゃった人、いろんな方がいました。

私だったらおしぼりじゃなくて△に広告を出したいなとか
☆はどうなんだろうとか、そこからひたすら一人で妄想していたら
あっという間に、目的地に到着してしまいました。

◇　◇　◇　◇　◇　◇　◇　◇　◇

ちょっと話が脱線してしまいました。

私が、一体何を言いたいかといいますと、以下のようなことです。

・あなたのお客様候補はどこにいますか？
・その方々が多く集まっているところはどこですか？
・どんなところで接点がありますか？（ネット/リアル）
・どんな雑誌やサイトを見ていますか？

等がよくわかっていないと、

どこに「露出」したらいいのかがわからないので、
認知度を上げたいと言っても、
いったい何からやっていいのかわからないはずです。

新幹線の例のように、ある一定の人たちが集まっている
ところって必ずあるんです。

そこを見つけ出すのが、「マーケティングの第一歩」

それは、ブログの世界でも同じです。

リアルな例の方がわかりやすいと思って例に使いましたが、

グルメブロガーの集まっているところと
ママ友ブロガーの集まっているところと
何かに悩んでいる人たちが集まっているところ、
キレイになりたい人が集まっているところ。

それぞれあるんですね。よく見ると。

そしてその集まりの中に、必ずキーマンがいます。
複数の場合もあるし、一人の場合もあります。

さて、あなたのお客様候補が集まっているところは
どこでしょうか？

そこがわかれば、その中で認知度を高める方法を
順番に実行していくだけです。

これは、アメブロの「読者登録」を
50 件くらいやってみればすぐにわかります。

自分が読みたい人じゃなくて
【お客様候補に読者登録依頼をする】時、
果たして「どこを探して」依頼をすればいいのか
すぐに浮かびますか？

「読者数が 1000 人以上になったのに、
全然ビジネスにつながらない」

と、ブログに書いている人を見たことがありますが、

それは「登録する相手が間違っている」からということが多いのです。

出発点を間違ってしまったら
いくら読者を増やしても、反応はとれませんよね。

■今日のまとめ

あなたのお客様候補は、

◆どこに集まっているのか

◆どんな媒体を見ているのか

◆どんなところで接点が持てそうか

◆キーマンは誰なのか

を考え、整理してみよう。

⇒次回へ続く

■先週のブログ記事

顔出ししないブランディング？写真を載せることの意味を考えてみる
（1）
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10773465678.html

読者登録とアメンバーの違い 読者登録の様々なルールとは
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10653065770.html

もしドラッカーが◎◎だったら
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10778235506.html

先週、良く読まれていたのはこんな記事。
まだ読んでいなかったらぜひチェックしてくださいね。

■もう集客に困らない！1/29（土）からスタート
━━

【講師・コンサル・先生業のための集客力パワーアップ講座】

の【特別受講生】の募集は 25 日（火）17 時で締め切ります。

━━

早くページが見たい方はこちらから
⇒http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10778767396.html

仮申し込みいただいた方で、合格した方も、残念ながら今回は
承認できなかった方にも全員に返事を出したはずですが、
もし届いていなかったらご連絡ください。

※シータヒーリング、占い系の参加者は、同業ばかりに
ならないように、勝手ながらこちらで人数調整をさせて
いただきました。どうぞご了承ください。

希望者が定員に達しましたので、いったん 17 時で締め切ります。

このメルマガを見たのが、17：00 を過ぎていて

どうしても参加したい方は、
仮申し込みの方のキャンセルが発生しましたらご連絡しますので

下記までご連絡ください。

メール→seminar@l-pocket.co.jp

ぎりぎりの案内になってしまって申し訳ありません。

本気の方だけ集まって下さったので私も開講がとても楽しみです。

※バックナンバー告知略

==========
★編集後記
==========

◆大阪でのアツい日々が終わりました。

キックオフ関西　キャプテン　空　智浩 さん
そして、司会の岡村周一さん、ありがとうございました。
まだ記事が書けていませんが、これから書いていきます。

岡村さんのレポートはこちら↓
http://ameblo.jp/personal-branding/entry-10776798934.html

◆札幌でアメブロ祭りセミナー開催します！
http://ameblo.jp/shuppanproduce/entry-10774496450.html

・日時：２月５日（土）　１４時１５分～１７時４５分（開場１４時～）

・会場：札幌コンファレンスホール

札幌市中央区南２条西２丁目 TOGASHI ビル 6F
（地下鉄大通駅より徒歩 5 分）

・定員：２０名

・受講料：１００００円

詳細・お申込みはこちらから↓
http://ameblo.jp/shuppanproduce/entry-10774496450.html

札幌の方にお会いしたいです☆

3 月 12（土)、13（日）は福岡、
4 月 9 日（土)、10（日）は広島に出没しますので

お近くのみなさま、ご興味あれば
セミナーやイベントにいらしてくださいね☆

おいしいもの情報も、常時、募集中です。

※フッター略。

VOL.061　有名な人がもういっぱいいるから無名の人は集客が難しい？

【パワーブロガーへの道】

★
┌──┬──┬──┬──┬──┬──┬──┬──┬──┐
│ブ│ロ│グ│じ│ゃ│ん│じ│ゃ│ん│
└──┴──┴──┴──┴──┴──┴──┴──┴──┘

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
仕事が取れるブログアドバイザーの青山華子です。

いつの間にか１月が終わって、２月が始まりました。

花粉症の私は、毎日、外に出るのにマスク＆メガネっ娘。
あやしい恰好でウロウロしています。

さて、前回のメルマガでは、

◆誰に（ターゲット/お客様候補）を深く知る（1）

についてお伝えしました。

今日は、「お客様候補」と「市場」と「認知度」の
関係について説明したいと思います。

先日の【講師・先生業のための集客力パワーアップ講座】の中で
受講生の一人が、こんなことを言いました。

「○○の業界には既に有名な人がいっぱいいるから大変なんです！」

私は、聞いてみました。

「へ～たとえば誰ですか？」

「●●さんとか、△さんとか」

「ごめんなさい。私、その業界に詳しくないので全員知りません。
　そんな名前始めて聞きました。」

この発言を聞いて以下のようなことを思いました。

「それは、ねらう市場を変えれば十分逆転できる」
仮にその有名人を「有名花子」さんとします。

ある集団Ａでは、有名花子さんは神みたいな人で誰ひとり、彼女を
知らない人がいない。

でも、別の集団Ｂでは、その人はそんなに知られていない。
⇒だからここなら無名の人でもチャンスがある。

というのが、事実。

日本人の誰でもが知っている人なんて実はそんなにいないんですよ。

総理大臣だって知らない人がいますし、起業家の間では有名な
「本田健」さんとか、「アンソニーロビンズ」さんとか、
「斎藤ひとり」さんとか、

フツーのビジネスマンは、ほとんど知りません。

「誰それ？なんか有名な人なの？」という反応です。

もう１つ別な話をしましょう。私の体験談です。

私が占いを始めた時、占いに詳しい女性経営者Ａが私にこう言いました。

Ａ：　「今頃、占いはじめたってライバル多いし、どうやってお客
　　とるの？アンタは甘すぎる！」

青山：「大丈夫。男性経営者の人だけ狙うから」

Ａ：　「経営者はもうみんな有名占い師が顧問でついてるよ。」

青山：「そう？それは一部の人だけでしょ。中小の社長で顧問占い師
　　がいる人なんて少ないよ」

Ａ：　「でも、細木数子とか、そこまでいかなくても有名占い師が
　　いっぱいいるから無理なんじゃないの？」

青山：「有名な占い師って？」

Ａ：　「●●さんとか、△さんとか、×さんとか」

青山：「ああ、それなら問題ない。彼女たちフツーの人には全然
　　知られていないから」

Ａ：　「・・・・無言（かなりむっとした様子)」
さて、あなたはこの会話を聞いてどう思いますか？

◆女性経営者Ａさんが言っていることはごもっとも？
◆私の考えが甘い？
◆そんなにすぐお客がとれたら苦労しない？

結果はどうだったか？

男性経営者のお客様、簡単にとれました。

だって私はその前にちゃんとマーケティングしてましたから。

もともと知人の男性経営者さんがまずお客様になり、
その人の紹介で口コミで広がり、
ブログに一時期占いの鑑定募集記事をがんがん書いていたので、
そこからもやってきましたし・・・。

まあ私の場合、占いは本業ではないので、せいぜい月 5-10 人も来れば
もうそれ以上はお客様はいらないので、十分なんです。
経営者さん向けの鑑定料は、2 時間で 5～10 万円です。

この市場には誰もライバルがいません。

私が真に売っているものは「占い」ではなく、

「彼らのモチベーションを上げること」
「経営者の孤独な悩みを共有すること」
「経営的なことを客観的に判断して伝えること」
「今は上昇期か停滞期か教えてあげること」
「安心、信頼」

だから。

ほとんどの男性経営者の方は、占いなどやるのは始めてなので
「相場観」もあまり知りませんし、他の占い師さんも知りません。

値切られることもないし、ライバルに邪魔されることもありません。

「既にたくさん有名な占い師がひしめく中で
自分しかできないこと、自分が絶対に有利な市場はどこか？」と

考えた結果、ここがぽっかり空いているな、と気がついたから
彼らに聞いてみたんです。

お金を払って私に占いを受けたいかどうか。

◇　◇　◇

多くの人は、
「占いは女性のもの」
「女性をターゲットにした方が売れる」と考えています。

だからそこの市場にみんなが殺到してしまい、レッドオーシャンの波
（激しい競争の中）に巻き込まれてしまいます。

じゃ、男性には売れないのか？
男性は占いはあまり興味ない？

いえいえ、そんなことはないです。

男性経営者の方も実は秘かに占いは気になっています。

商売をやっている人なら、ある程度、信心深いですし
「運」とか「ツキ」とか気にしますから。

ただ、チャンスがなかったし、誰が信頼できるかもわからなかった
から特に行動に移さなかっただけ。

男性の場合、女性と違ってわざわざ街の占いに出向いたり、
自分から積極的に探さないだけです。

私が言いたいことは何かと言うと、

【有名な人が既にいっぱいいるなら、市場をずらせばいい】

ということです。

圧倒的な有名人や勝ち組がいない「市場」ほど
無名な人でも一気に有名になる可能性があります。

これはアメブロに置き換えるとこんな風に考えることが
できます。

例えば、あなたがアメブロのアクセスアップや読者を増やす方法を
教えたいとします。

もう既にアメブロで有名な人はいっぱいいる。

実績がある田渕さん(http://ameblo.jp/kobeweb）を始め、
パワーブロガーの人たちがゴロゴロと。
では、どうがんばっても無名な人に勝ち目はないかというと、
そんなことはないはずです。

「読者数 300 人未満、1 日 500 アクセス以下の人ための
初心者専門のアクセスアップ講座」

とか

「携帯でしかブログを更新できない女性のための
あなたにもできるアクセスアップ術」とか。

「非ビジネスブログ宣言！
日記ブロガーのためのがんばらないアクセスアップ」とか。

思いついたことを適当に書いているだけですが、
有名な人が来ない市場、知られていない市場ってまだまだ
あると思いませんか？

そこでなら、上手にやればすぐに認知度を上げることが
できるかもしれません。

見方を変えれば、まだまだそんな市場はあると思います。

さて、あなたが勝てそうな市場は、いったいどこですか？

注）マスを相手にしなければならない大手の人の場合は例外です。
これは個人や小さな会社の経営者限定の話です。

■今日のまとめ

◆競争が激しい所に行ってはいけない

◆有名人や勝ち組がいない「市場」を探してみよう

◆あなたの強みがいかせるところはどこ？

を考え、整理してみよう。

⇒次回へ続く

■先週のブログ記事

モノが売れるブログと「人が集まる」ブログは作り方が違います
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10786500888.html

パクリ疑惑について えっ私がパクリって？？？
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10782774803.html

google ページランクが 5 になってました！びっくり～
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10779688677.html

先週、良く読まれていたのはこんな記事。
まだ読んでいなかったらぜひチェックしてくださいね。

■札幌、札幌、札幌～！！2/5（土）に札幌でセミナーやります！

札幌でアメブロ祭りセミナー
⇒http://www.shuppanproduce.jp/seminar/110205seminar.html

◆アメブロから本を出版したい

◆出版をうまくビジネスに結びつける方法を知りたい

◆検索エンジンからのアクセスアップ方法を学びたい

◆生涯人脈を作りたい

という方のために。

出版プロデューサー山田稔さん、ＳＥＯの達人の中嶋茂夫さんと
私という、なかなか珍しい顔ぶれの 3 人が講師をします。

【詳細】

・日時：２月５日（土）　１４時１５分～１７時４５分
　（開場１４時～）

・会場：札幌コンファレンスホール
　札幌市中央区南２条西２丁目 TOGASHI ビル 6F
　（地下鉄大通駅より徒歩 5 分）

・定員：２０名

・受講料：１０,０００円

　↓詳細・お申込みはこちらから↓
http://www.shuppanproduce.jp/seminar/110205seminar.html

　札幌の方にお会いしたいです☆
　ぜひいらしてくださいね！

―――――――――――――――――――――――――――――――――

★メルマガのバックナンバーは下記よりダウンロードできます。
http://www.l-pocket.com/aoyamahanako/pdf/melmaga_backnumber2011.pdf

　※ＩＤ、パスワードは不要。クリックすればダウンロード可能です。

【ご注意】

　1.81 MB あるのでダウンロードに少し時間がかかるかもしれません。

　途中まで「メルマガのタイトル」をつけていなかったので
　内容がわかりにくいかもしれません。

　目次のページ数の所をクリックすると、メルマガの内容に
　飛ぶと思いますので、試してみてくださいね。

==========
　★編集後記
==========

　◆パクリ疑惑は一応、晴れた模様。

　パクリって言われてびっくりしたけど、いろんなことを
　言ってくる人がいるもんですね。

　◆コンサルティングは現在、空きがありません。

　何人もの方にお問い合わせいただいていますが、
　申し訳ありません。

今、3カ月コースは枠がいっぱいなので
コンサルティングは受けられません。

企業5社、個人5社まで。それ以上はやらないと決めて
いますので、どうぞご了承ください。

単発のコンサルティングは、原則として講座受講生にしか行って
ないんです。こちらもごめんなさい。

空きが出ましたら、メルマガで真っ先にご案内します。

◆地方の予定が続きます！

3月12（土）、13（日）は福岡、
4月9日（土）、10（日）は広島に出没しますので

お近くのみなさま、ご興味あれば
セミナーやイベントにいらしてくださいね☆

おいしいもの情報も、常時、募集中です。

こんなことをやって欲しい！という要望や質問がありましたら
できるだけ応えていきたいと思いますので、お気軽に
質問やご意見をお寄せください。メールをお待ちしています。
⇒mail@l-pocket.co.jp

★こちらのメルマガは自社配信しています。

バックナンバーをご希望の方は、お手数ですが
下記よりダウンロードしてください。
http://www.l-pocket.com/aoyamahanako/pdf/melmaga_backnumber2011.pdf
（URLが改行されている場合、1行にしてから貼りつけてください）

★登録変更・解除はこちら
http://l-pocket.com/aoyamahanako/melmaga.html

★お問い合わせ・ご意見・ご感想はこちら
mail@l-pocket.co.jp

発行人：青山　華子　仕事が取れるブログアドバイザー
Copyright (C) 2011　青山華子　All rights reserved

VOL.062　占い師、セラピスト、カウンセラー、コーチ等の「相談業」を している人が陥りやすい危険な罠

★
┌──┬──┬──┬──┬──┬──┬──┬──┬──┐
│ブ│ロ│グ│じ│ゃ│ん│じ│ゃ│ん│
└──┴──┴──┴──┴──┴──┴──┴──┴──┘

http://ameblo.jp/aoyamahanako/

こんにちは。
仕事が取れるブログアドバイザーの青山華子です。

今日は世間では、バレンタインデーですね。

去年は土日がバレンタインデーだったため売上がかなり低迷したとか
今年は、果たしてチョコレートは売れたのでしょうか。

ところで、
私も、ブログ読者が 6000 人になったのを記念して
「ブログ読者限定」のプレゼント企画を実施中です。

バレンタイン【読者プレゼント】
ロイズのチョコレートなどを 12 名様に！
　↓　↓　↓
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10799059384.html

締切は、◆明日 2 月 15 日（火）の 23：59 まで◆

ご興味ある方は、ぜひ「運だめし」にご応募くださいね。

応募はとても簡単！
コメントで「応募します」と書くだけです。

さて、前回のメルマガでは、

◆有名な人がもういっぱいいるから無名の人は集客が難しい？

についてお伝えしました。

今日は、占い師、セラピスト、カウンセラー、コーチ等の「相談業」
している人が陥りやすい危険な罠

について説明したいと思います。

突然ですが、集客するためにブログで記事を書く時、
「お客様、読者に　とってのメリットを書きなさい」
とよく言われますよね？

この「メリット」というのには、
実は大きく分けて 2 種類あることを、あなたはご存知ですか？

1・はっきり系メリット
2・ぼんやり系メリット

※こういう言葉があるわけでなはなく、私が勝手に名付けました。

1 は、言葉通り「数値」「目に見える」明確な【変化】があるもの。

わかりやすい例として、

3 キロやせた、ウェストが 5 センチ細くなった、売上が 50%アップした
なんとかの資格試験に合格した、出版できた、100 万稼いだ等。

⇒これはメリットをうたいビフォア⇒アフターを上手に見せることで
　集客できるようになります。

2 は、「数値」「目に見える」明確な【変化】がないもの。

主に「心」「マインド」と寄り添う「相談業」の人がこちらに
相当します。

ヒーラーに癒してもらっても、

　「55%悩みが改善しました！」とか
　「来る前より 2 割も心が軽くなりました」

なんて数値ではなかなか表せないのです。

ですから「メリット」を表現するのと同時に、
もっと右脳系の表現を取り入れた記事を
どんどんブログ記事に書かないといけません。

雰囲気のいい写真であったり、「優しい言葉」であったり、
お客様のその後の変化であったり、リラックスできることを
「カラー」で魅せたり、動画を使ったり・・・。

相談系のサロンや鑑定、セラピーや占いなどに訪れる人は、

「なんとなくイイ」「なんだか好き」「面白そう」「ほっとできる」
「なんだかよくわかんないけど興味を惹かれる」

・・・という理由で来る人が多いんです。

「　なんとなく　」

これは「感性マーケティング」の世界です。

インサイトマーケティングというのが、一時はやりましたが、
この【世界観】を理解することがすごく大事なんです。
http://kizunacraft.co.jp/insightmarketing

ですから、「2・ぼんやり系メリット」を売っている人たちは、
「1・はっきり系メリット」の人たちのマネをしすぎない方が
うまくいくことが多いのです。

×文章ばっかりのブログ　　⇒女性は来なくなります
×ウリウリ感があふれるブログ⇒かえって集客できなくなります

「1」のいいところを取り入れながらも、バランス良く
「日記的な記事」を書いていく方が、集客できるブログになります。

◆コメントでのにぎわい
◆写真で「魅せる」
◆文章より「雰囲気」「あなたの世界」を作る
◆デザインに凝る、カラーにもこだわる
◆行ったら素敵な自分になれそう・・と思わせる演出

これが、とてもとても大事になってきます。

男性や、
女性でも「左脳型」の人には理解できない感覚かもしれませんが、

「右脳」をゆさぶる「魅せ方」をした方が、
もっと集客できるようになるんです。

実はこういうサロンに集まってくる方たちは、
「自分でも明確な理由をわかっていない」人が多いのです。

あなたはどちらのタイプのブログを目指すべきなのか？

よく考えて、マネするところを間違わないようにしましょう。

こちらの記事も参考にしてください。

★モノが売れるブログと「人が集まる」ブログは作り方が違います
⇒http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10786500888.html

■今日のまとめ

◆「はっきり系メリット」「ぼんやり系メリット」の違いを
理解しよう

◆占い師、セラピスト、カウンセラー、コーチ等は、
感性を磨き、感性で人を惹きつける記事を書くようにしよう

◆あなたにあったお手本ブログを探そう

⇒次回へ続く

■先週のブログ記事

パワーブロガーの定義ってなんだろう？
パワーブロガーなんてくそくらえ！
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10800417143.html

ターゲットのお客様を自分のブログに呼び寄せるには
アメブロ＆ツイッター&出版なんでも相談室 8
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10797991382.html

札幌雪まつり 2011 写真 さっぽろ雪まつりは
2 月 7 日（月）から 13 日（日）まで
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10792396935.html
先週、良く読まれていたのはこんな記事。

まだ読んでいなかったらぜひチェックしてくださいね。

■2011 年 2 月 16 日（水）19：30-21：30　開催！

★残り 2 名★

あなたのブログの応援者を増やす！
アメブロ何でもプチコンサル＆勉強会
⇒http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10800988887.html

◆自己流でブログを書いているが、どこがだめなのかわからない

◆自分の応援者をブログで増やしたい

◆ブログの印象など、他人視点でブログをアドバイスして欲しい

という方のために。

【詳細】

日時：2011 年 2 月 16 日（水）19：30-21：30

場所：ＪＲ大崎駅直結ゲートシティ大崎
スターバックスセミナールーム

定員　：6-8 名(定員になり次第、締切)

会費：　5,000 円+飲み物代（実費）
当日、会場でお支払いください。

内容：前半 30 分が講義、後半はプチコンサルと交流タイム（予定）
その場でブログを見て個別にアドバイスします。

対象者：何らかのビジネスを行っている方、
いずれやろうと思っている方。

自分の応援者をブログで増やしたい方。

ブログを開設して 1 カ月以上、
かつ記事が 30 記事以上ある方。
（個人事業主、副業、週末起業はＯＫです。）

ご注意：あまりにも記事数が少ないとコンサルする材料がありませんの
記事数が 30 以上ない方は、今回は対象外です。

↓お申込みはこちらから↓
https://l-pocket.com/orderForm/form.php?order_form_config_id=35

上記からうまく申し込めない方は、
⇒mail@l-pocket.co.jp　へお問い合わせください。

キャンセルも予想して 10 名まで受け付ける予定。
残り 2 名ですので、ご興味ある方はお早めに★

★メルマガのバックナンバーは下記よりダウンロードできます。
http://www.l-pocket.com/aoyamahanako/pdf/melmaga_backnumber2011.pdf

※ＩＤ、パスワードは不要。クリックすればダウンロード可能です。

【ご注意】
1.81 MB あるのでダウンロードに少し時間がかかるかもしれません。

途中まで「メルマガのタイトル」をつけていなかったので
内容がわかりにくいかもしれません。

==========
★編集後記
==========

◆札幌カシオペア　鉄子の旅は超楽しかった！
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10795840435.html

ブログのご縁ってすごい！と感じた今回のこの旅。

偶然、前日あったブロガー仲間のＦＵＥさんが、
http://ameblo.jp/fuekitty

鉄子だということになり、急遽、一緒に行くことに。

なんと

同じ函館出身、キティラー、旅が好き、グルメブロガーで
おいしいものが好き、鉄道が好き、写真が好き、

そして、私たちのセミナー会場の隣のビルで働いていたことがある！

というおそろしい「引き寄せ力」で

ここまで共通点がある人がいるなんて！とびっくりしました。

他の地域から要望があったので、3月にも同じメンバーで
名古屋、大阪、岡山へ行くことになりました。

※大阪のセミナーのみ、講師は山田さんと中嶋さんだけです。
　私は参加しません。

3月19日　名古屋
3月20日　大阪
3月21日　岡山

の予定です。

詳細が決まり次第、お知らせしますね。

◆ビジネスネームを使用するということ

本名でなくビジネスネームを使いたい、
誰に名前をつけてもらえばいいのか？
本名との使い分けはどうなるの？
フェイスブックは削除されないか？など

ビジネスネームに関する質問をたくさんいただいておりますが、
お一人一人に回答することができません。

私は「ビジネスネーム専門家」ではありませんし、
積極的にすすめているわけでもないので、ご了承ください。

本名とビジネスネームについて ビジネスネームはどこまで使える？
http://ameblo.jp/aoyamahanako/entry-10772030761.html

など過去の記事をご参照ください。

または勉強会やイベント、飲み会の席で聞いてください。

◆コンサルティングは現在、空きがありません。

何人もの方にお問い合わせいただいていますが、
申し訳ありません。

今、3カ月コースは枠がいっぱいなので
コンサルティングは受けられません。

空きが出ましたら、メルマガで真っ先にご案内します。

◆地方の予定が続きます！

3月12（土）、13（日）は福岡、
4月9日（土）、10（日）は広島に出没しますので

お近くのみなさま、ご興味あれば
セミナーやイベントにいらしてくださいね☆

おいしいもの情報も、常時、募集中です。

こんなことをやって欲しい！という要望や質問がありましたら
できるだけ応えていきたいと思いますので、お気軽に
質問やご意見をお寄せください。メールをお待ちしています。
⇒mail@l-pocket.co.jp

★こちらのメルマガは自社配信しています。

バックナンバーをご希望の方は、お手数ですが
下記よりダウンロードしてください。
http://www.l-pocket.com/aoyamahanako/pdf/melmaga_backnumber2011.pdf
（URLが改行されている場合、1行にしてから貼りつけてください）

★登録変更・解除はこちら
http://l-pocket.com/aoyamahanako/melmaga.html

★お問い合わせ・ご意見・ご感想はこちら
mail@l-pocket.co.jp

発行人：青山　華子　仕事が取れるブログアドバイザー
Copyright (C) 2011　青山華子　All rights reserved

プロフィール

青山　華子

有限会社ら一にんぐぽけっと 代表取締役

仕事が取れるブログアドバイザー。
2000年よりeラーニングや社員研修などの企画開発業務、
企業のスタッフブログのアドバイス、運営代行等携わえう。
個人向けセミナー、コンサルティングなども行っており、
インターネットとリアル活動を組み合わせる戦略を得意とする。

個人向けには、ツイッター、ブログなどのソーシャルメディアから
「人脈形成セミナー」「ブログセミナー」
「集客できるツイッター＆ブログセミナー」「ブランディング術」
各種イベント、個人コンサルティングなどへ集客している。
イベントにブロガー150人以上を集めたことも。

企業向けには、社員研修を始め、
「占い/診断テスト/おみくじコンテンツ制作」受注や「ツイッターbot」作成、
ポータルサイト運営、「企業向けツイッター活用」講座、
「漫画で学ぶ会社のオキテ」などソーシャルメディアを通して
受注につなげている。

著書

**はじめての
ツイッター入門【決定版】**
秀和システム

**twitter×アメブロで
ビジネスを加速する方法**
ソーテック社

■ブログ：　http://ameblo.jp/aoyamahanako/
■twitter：　http://twitter.com/aoyamahanako
■Facebook：　www.facebook.com/aoyama.hanako

【著者へのお問い合わせはこちら】
mail@l-pocket.co.jp　（質問、ご意見・ご感想はお気軽に）